

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis mengenai kepuasan konsumen Balcony Resto dilihat dari kualitas jasa. Adapun yang menjadi objek penelitian sebagai variabel bebas (X) (*independent variable*) yaitu kualitas jasa yang memiliki dimensi dasar yaitu *Creativity*, *Empathy* (empati), *Responsibility* (daya tanggap) dan *Attitude*

Masalah penelitian yang merupakan variabel terikat (Y) (*dependent variable*) yaitu kepuasan yang memiliki dimensi *expected quality* (perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diperoleh apabila ia mengkonsumsi suatu barang/ jasa) dan *perceived quality* (pelayanan yang telah diterima oleh konsumen baik itu telah memenuhi kepuasan konsumen ataupun tidak). Objek yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah tamu reguler Balcony Resto Bandung, Indonesia.

Kualitas Jasa yang dapat dirasakan oleh tamu sesuai dengan harapan tamu dalam menggunakan produk dan jasa merupakan hal yang sangat penting, Dimana kepuasan konsumen dapat diperoleh jika dapat merasakan sesuai dengan apa yang dipersepsikan dan diharapkan melebihi apa yang dirasakan tamu. Kepuasan tamu menjadikan *behavioral* untuk dapat membuat suatu manfaat melalui kualitas jasa.

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun, maka pendekatan yang digunakan menurut Husein Umar (2006:45) adalah pendekatan *cross sectional*, yaitu "Metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam satu kurun waktu tertentu atau tidak berkesinambungan dalam jangka waktu

panjang”. Penelitian ini dilakukan dari bulan Oktober 2009 sampai dengan bulan Januari 2010 di Balcony Resto Bandung.

3.2 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

3.2.1 Metode Penelitian

Berdasarkan jenis penelitian di atas yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Menurut Sugiyono (2008:11) bahwa, “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain”, Sedangkan sifat penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan (Suharsimi Arikunto, 2006:7). Mengingat sifat penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode *deskriptif survey* dan metode *explanatory survey*.

Menurut Ker Linger dalam Sugiyono (2008:11) bahwa:

Metode *deskriptif survey* dan *explanatory survey* merupakan metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan deskripsi dan hubungan-hubungan antar variabel.

Dalam penelitian yang menggunakan metode ini informasi dari sebagian sampel dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini meliputi penyampaian kualitas pelayanan sebagai variabel bebas (X) yang memiliki empat sub variabel yaitu *Creativity*, *Emphaty* (empati), *Responsibility* (daya tanggap) dan *Attitude*. Sedangkan kepuasan sebagai variabel terikat (Y) yang memiliki dua sub variabel yaitu *expected quality* (perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diperoleh apabila ia mengkonsumsi suatu barang/ jasa) dan *perceived quality* (Pelayanan yang telah diterima oleh konsumen baik itu telah memenuhi kepuasan konsumen ataupun tidak).

Pengoperasian variabel dari kedua variabel yang dijadikan objek pada penelitian ini menggunakan skala gabungan ordinal dan interval (*hybrid ordinally-interval*). Variabel yang diteliti dioperasionalisasikan dalam dua variabel utama kualitas jasa dan kepuasan konsumen. Secara rinci, operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut :

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel	Sub variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Angket
Kualitas Jasa (X)		Kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan tingkat keunggulan tersebut memenuhi keinginan konsumen Hermawan Kartajaya (2009:59)				A.
	<i>Creativity (X.₁)</i>	<i>Creativity (Kreatifitas)</i> yaitu suatu proses yang menghasilkan sesuatu yang baru, apakah suatu gagasan atau suatu objek dalam suatu bentuk atau susunan yang baru. Hermawan Kartajaya (2009:67)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Suasana di restoran unik dan menarik 2. Terdapat penyejuk ruangan (AC) 3. Bentuk ruangan restoran 4. Kondisi restoran rapi, bersih dan nyaman 5. Lampu penerangan restoran (<i>lighting</i>) 6. Desain interior unik dan menarik 7. Kualitas makanan, minuman dan pelayanan 8. Ketersediaan peralatan dalam kondisi baik 9. Para karyawan selalu berpakaian rapi dan sopan 	<p>Tingkat Daya Tarik suasana di restoran</p> <p>Tingkat kenyamanan di restoran.</p> <p>Tingkat Kemenarikan ruangan restoran</p> <p>Tingkat Kenyamanan lingkungan restoran</p> <p>Tingkat penerangan ruangan restoran</p> <p>Tingkat Kemenarikan fisik/bangunan restoran</p> <p>Tingkat kualitas makanan, minuman dan pelayanan di restoran</p> <p>Tingkat ketersediaan fasilitas restoran</p> <p>Tingkat kerapihan dan Kesopanan pakaian karyawan</p>	<p><i>Hybrid ordinally interval scale</i></p> <p><i>Hybrid ordinally interval scale</i></p> <p><i>Hybrid ordinally interval scale</i></p> <p><i>Hybrid ordinally interval scale</i></p> <p><i>Hybrid ordinally interval scale</i></p> <p><i>Hybrid ordinally interval scale</i></p> <p><i>Hybrid ordinally interval scale</i></p> <p><i>Hybrid ordinally interval scale</i></p> <p><i>Hybrid ordinally interval scale</i></p>	<p>A.1.1</p> <p>A.1.2</p> <p>A.1.3</p> <p>A.1.4</p> <p>A.1.5</p> <p>A.1.6</p> <p>A.1.7</p> <p>A.1.8</p> <p>A.1.9</p>

LANJUTAN TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel	Sub variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Angket
<i>Emphaty</i> (empati) (X.2)		<i>Emphaty</i> yaitu kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan. Kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan. Hermawan Kartajaya (2009:67)	1. Kemudahan tamu berhubungan baik dengan karyawan	Tingkat kemudahan tamu berhubungan baik dengan karyawan	<i>Hybrid ordinally-interval scale</i>	A.2.1
			2. Penyajian makanan dan minuman yang di pesan	Tingkat ketepatan juru masak dalam mengolah makanan dan minuman	<i>Hybrid ordinally intervsl scale</i>	A.2.2
			3. Perhatian karyawan terhadap tamu secara personal	Tingkat perhatian karyawan terhadap tamu secara personal	<i>Hybrid ordinally interval scale</i>	A.2.3
			4. <i>Greeting</i> pada konsumen yang datang	Tingkat perhatian karyawan terhadap tamu yang datang	<i>Hybrid ordinally-interval scale</i>	A.2.4
			5. Memberikan <i>menu list</i> pada tamu	Tingkat kemudahan pemesanan menu	<i>Hybrid ordinally interval scale</i>	A.2.5
			6. Berada di <i>side stand</i> restoran	Tingkat kemudahan melayani tamu di restoran	<i>Hybrid ordinally interval scale</i>	A.2.6
			7. mengantarkan bukti pembayaran kepada tamu	Tingkat kemudahan dalam transaksi pembayaran	<i>Hybrid ordinally interval scale</i>	A.2.7
<i>Responsibility</i> (daya tanggap) (X.3)		<i>Responsibility</i> (daya tanggap) yaitu keinginan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan cepat serta mendengar	1. Kemampuan karyawan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan tamu	Tingkat kemampuan karyawan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan tamu	<i>Hybrid ordinally-interval scale</i>	A.3.1
			2. Kecepatan karyawan dalam menangani kebutuhan dan keinginan tamu	Tingkat kecepatan karyawan dalam menangani kebutuhan dan keinginan tamu	<i>Hybrid ordinally interval scale</i>	A.3.2

Variabel	Sub variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Angket
		dan mengatasi keluhan/complaint dari konsumen. Hermawan Kartajaya (2009:67	3. Kesigapan karyawan dalam menangani keluhan tamu	Tingkat kesigapan karyawan dalam melayani tamu	<i>Hybrid ordinally interval scale</i>	A.3.3
			4. Kemudahan informasi yang dibutuhkan berkaitan dengan Balcony Resto	Tingkat kemudahan informasi yang dibutuhkan berkaitan dengan Balcony Resto	<i>Hybrid ordinally interval scale</i>	A.3.4
			5. Melakukan pemeriksaan barang restoran	Tingkat ketelitian terhadap kebutuhan tamu	<i>Hybrid ordinally-interval scale</i>	A.3.5
			6. Menyiapkan peralatan makan yang dibutuhkan tamu	Tingkat kemampuan karyawan dalam memenuhi kebutuhan tamu	<i>Hybrid ordinally interval scale</i>	A.3.6
	<i>Attitude (X.4)</i>	<i>Attitude</i> yaitu tingkah laku atau yang lebih banyak dimaknai sebagai sifat atau karakter profesionalisme dalam mengemban tugas atau kewajiban. Hermawan Kartajaya (2009:67)	1. Respon karyawan dalam memenuhi keinginan tamu	Tingkat kecepatan karyawan dalam merespon keinginan tamu	<i>Hybrid ordinally interval scale</i>	A.4.1
			2. Keakuratan pembayaran yang diberikan terhadap tamu	Tingkat ketepatan proses pembayaran di kasir	<i>Hybrid ordinally interval scale</i>	A.4.2
			3. Ketepatan dalam menyelesaikan keluhan tamu	Tingkat ketepatan menangani keluhan tamu	<i>Hybrid ordinally interval scale</i>	A.4.3
			4. Kemudahan tamu dalam menyampaikan maksud dan tujuan	Tingkat kemudahan tamu dalam menyampaikan maksud dan tujuan	<i>Hybrid ordinally interval scale</i>	A.4.4

LANJUTAN TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel	Sub variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Angket
			5. Keramahan karyawan	Tingkat keramahan karyawan restoran	<i>Hybrid ordinally-interval scale</i>	A.4.5
			6. Mengantarkan pesanan ke meja tamu	Tingkat ketepatan karyawan dalam menangani permintaan tamu	<i>Hybrid ordinally-interval scale</i>	A.4.6
			7. Keakuratan pemesanan menu	Tingkat keakuratan pemesanan menu di restoran	<i>Hybrid ordinally-interval scale</i>	A.4.7
Kepuasan Pelanggan (Y)		Kepuasan akan ditentukan oleh ekspektasi dan persepsi pelanggan. Jika dayaguna sangat kecil dari harapan maka pelanggan akan tidak puas dan tidak senang. Jika dayaguna tersebut cocok dengan harapannya maka pelanggan akan puas dan jika dayaguna melebihi harapan pelanggan maka pelanggan akan gembira (Kotler, 2009:161)				
	<i>Expected Quality (Y1)</i>	<i>Expected Quality</i> adalah gambaran dari manfaat suatu produk yang akan digunakan pelanggan. Kotter dan Keller (2009 ; 161)	1. Makanan dan minuman	Tingkat harapan konsumen akan kreatifitas produk makanan dan minuman yang disajikan di restoran	<i>Hybrid ordinally-interval scale</i>	B. 1.1
			2. Pelayanan	Tingkat harapan akan kualitas pelayanan yang diberikan.	<i>Hybrid ordinally interval scal</i>	B. 1.2
			3. Respon terhadap keluhan konsumen	Tingkat harapan akan respon karyawan restoran terhadap keluhan konsumen	<i>Hybrid ordinally-interval scale</i>	B. 1.3
			4. Kemudahan dalam berinteraksi	Tingkat harapan konsumen dalam melakukan interaksi	<i>Hybrid ordinally-interval scale</i>	B. 1.4

LANJUTAN TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel	Sub variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Angket
	<i>Perceived Quality</i> (Y2)	<i>Perceived Quality</i> adalah keyakinan mengenai produk atau jasa yang dialami atau jumlah atribut produk atau jasa yang diterima Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2005 : 206)	1. Makanan dan minuman	Tingkat persepsi konsumen akan kreatifitas produk makanan dan minuman yang disajikan di restoran	<i>Hybrid ordinally interval scale</i>	B.2.1
			2. Pelayanan	Tingkat persepsi akan kualitas pelayanan yang diberikan.	<i>Hybrid ordinally interval scale</i>	B.2.2
			3. Respon terhadap keluhan konsumen	Tingkat persepsi akan respon karyawan restoran terhadap keluhan konsumen	<i>Hybrid ordinally interval scale</i>	B.2.3
			4. Kemudahan dalam berinteraksi	Tingkat persepsi konsumen dalam melakukan interaksi	<i>Hybrid ordinally interval scale</i>	B.2.4

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2010

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini dikelompokkan kedalam dua kelompok data yaitu:

1. Data primer

Data primer merupakan sumber-sumber dasar yang merupakan bukti/saksi utama dari kejadian yang lalu (M. Nazir, 2006:50). Sedangkan menurut David A. Aaker (2006:759) data primer adalah, "*Data collected to address a specific research objective (as opposed to secondary data)*". Artinya data yang dikumpulkan untuk mengarahkan objek penelitian yang spesifik (*kebalikan dari data sekunder*).

2. Data sekunder

Data sekunder adalah catatan tentang adanya suatu peristiwa, ataupun catatan-catatan yang jaraknya telah jauh dari sumber orisinal (M. Nazir, 2006:50). Sedangkan menurut David A. Aaker (2006:761) data sekunder adalah, “ *Data collected for some purpose other than the present research purposes*”. Artinya data yang dikumpulkan untuk beberapa tujuan selain dari tujuan penelitian saat ini.

Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Sumber data primer diperoleh dari hasil penelitian secara empirik melalui penyebaran kuesioner kepada para responden. Sedangkan sumber data sekunder diperoleh dari buku, majalah dan dari bagian *F&B Dept.* Bilique Hotel, Balcony Resto Bandung. Perihal jenis dan sumber data tercantum dalam Tabel 3.2 berikut:

**TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA**

Jenis Data	Sumber
Sekunder	
• Sejarah perkembangan perusahaan	Balcony Resto
• Struktur Organisasi	Balcony Resto
• Kegiatan perusahaan	Balcony Resto
• kualitas jasa	Balcony Resto
• Karakteristik konsumen/pelanggan	Balcony Resto
• Pangsa Pasar Balcony Resto	Balcony Resto
Primer	
• Tanggapan Konsumen Mengenai Kualitas Jasa balcony Resto	Penyebaran Kuesioner ke Konsumen yang Menjadi Responden Balcony Resto
• Tanggapan Konsumen Mengenai Kepuasan dari Kualitas Jasa Balcony Resto	Penyebaran Kuesioner ke Konsumen yang Menjadi Responden Balcony Resto

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2010

3.2.4. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.4.1. Populasi

Di dalam pengumpulan dan menganalisa suatu data, langkah pertama yang sangat penting adalah menentukan populasi terlebih dahulu. Menurut Sugiyono, (2008:72) "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya".

Jadi populasi bukan hanya orang saja, tetapi juga benda-benda alam. Populasi juga bukan hanya jumlah yang ada pada objek/subjek itu. Sehingga populasi terbagi dua, yaitu populasi dalam arti jumlah dan populasi dalam arti karakteristik.

Berdasarkan pengertian di atas, populasi dalam penelitian ini adalah konsumen/pelanggan yang berkunjung dan melakukan pembelian ke Balcony resto pada tahun 2008 sebanyak 1468 orang.

3.2.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2008:73), "Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut". Untuk pengambilan sampel dari populasi agar diperoleh sampel yang representatif atau mewakili, maka diupayakan setiap subjek dalam populasi mempunyai peluang yang sama untuk menjadi sampel.

Dalam penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, hal ini disebabkan karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Maka penelitian diperkenankan mengambil sebagian objek populasi yang telah ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili bagian yang lain yang diteliti.

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian, yaitu sebagian dari konsumen dan tamu Balcony Resto Bandung.

TABEL 3.3
DATA JUMLAH KONSUMEN BALCONY RESTO TAHUN 2008

Periode	Individu	Corporate	Total
2008	822 orang	646 orang	1468 orang
	60%	40%	100%

Sumber: Marketing Balcony Resto 2008

Data yang telah dimiliki berupa populasi homogen sebesar 1468 orang. Dalam menentukan ukuran sampel (n) dan populasi (N) yang telah ditetapkan, dapat digunakan dengan perhitungan Yamane (Kriyantono, 2006:160) dengan presisi sebesar 10% dan tingkat kepercayaan 90%. Adapun rumus Taro Yamane adalah sebagai berikut.

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

Keterangan:

- n = Jumlah Sampel
- N = Jumlah Populasi (1468)
- d = Derajat ketetapan (10%)

Berdasarkan rumus di atas, maka ukuran sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$N = 1468$$

$$e = 0,01$$

Maka akan didapat jumlah sampel sebesar

$$n = \frac{1.468}{1.468 \cdot (0,1)^2 + 1}$$

$$n = 93,43$$

Jadi dalam penelitian ini ukuran sampel dalam penelitian ini sebanyak 94 responden.

3.2.4.3. Teknik Sampling

Teknik sampling adalah metode pemilihan dimana elemen-elemen dipilih secara berurutan (Maholtra, 2005:367). Teknik yang digunakan adalah *Stratified Sampling* yang menurut Maholtra (2005:379) adalah proses dua langkah yang di dalamnya populasi dibagi menjadi sub-sub populasi atau strata. Sedangkan menurut Uma Sakaran (2006:129).” *Stratified Random Sampling* adalah selain penelitian sampel yang pertama-tama membagi populasi kedalam subset yang berarti dan tidak tumpang tindih, kemudian secara acak memilih subjek dari tiap subset.”

Teknik ini digunakan peneliti karena walaupun tamu yang berkunjung merupakan tamu yang heterogen yang terdiri dari pelanggan bisnis (*corporate*), dan individu. Maka untuk sampel yang akan diteliti diambil dari jumlah semua populasi tamu restoran.

Asep Hermawan (2006:151) mengemukakan bahwa “*Stratified Random Sampling* merupakan metode penarikan sampel berstrata yang dalam hal ini subsampel acak sederhana ditarik dari setiap strata yang kurang lebih sama dalam beberapa karakteristik. Selanjutnya Maholtra (2005:379) mengungkapkan bahwa:

Terdapat dua macam penarikan sampel berstrata yaitu proporsional dan disproporsional, Proporsional digunakan bila populasi mempunyai dua anggota atau unsur yang tidak homogen dan berstrata proporsional. Disproporsional digunakan bila populasi mempunyai dua anggota atau unsur yang tidak homogen dan berstrata tetapi kurang proporsional.

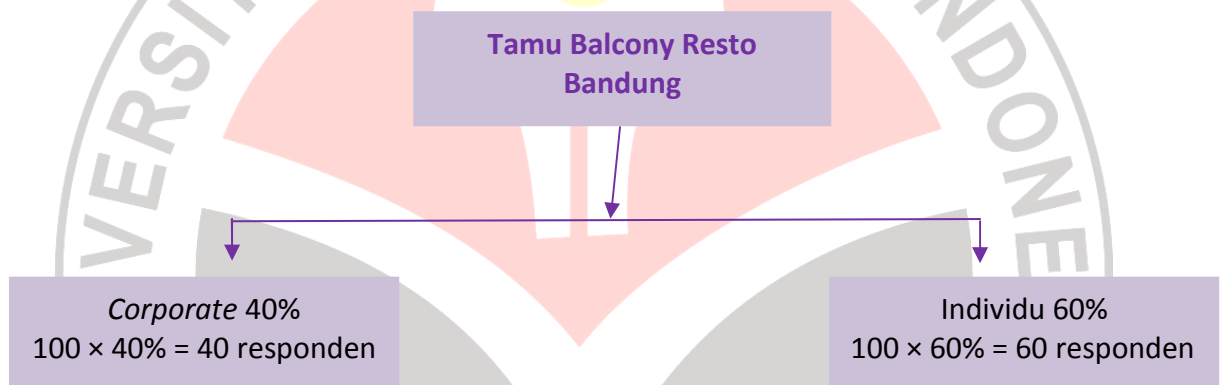
Menentukan ukuran sampel atau n yaitu sebanyak 100 responden.

Berdasarkan teknik *Stratified Random Sampling* atau pemilihan sampel secara

acak sederhana karena populasi dalam penelitian dianggap homogen. Pendapat lebih jelas diungkapkan oleh Asep Hermawan (2006:241) sebagai berikut:

Pemilihan sampel secara acak sederhana adalah proses pemilihan sampel dalam cara tertentu yang didalamnya semua elemen dalam populasi didefinisikan mempunyai kesempatan yang sama, bebas dan seimbang dipilih menjadi sampel. Ini berarti sampel acak sederhana adalah sejumlah elemen sampel yang secara random dipilih dari elemen-elemen populasi yang ada terdaftar.

Sampel yang didapatkan harus representatif (mewakili), untuk itu perlu dilakukan langkah-langkah yang sistematis untuk mendapatkan sampel yang representatif/mewakili.



Sumber: Balcony Resto Bandung Tahun 2009

GAMBAR 3.1
TEKNIK SAMPLING

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian dengan data yang terkumpul digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Sugiyono (2008:194) pun mengutarakan bahwa “bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya”. Berikut

adalah beberapa teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

1. Kuesioner/Angket, yaitu teknik pengumpulan data primer dengan penyebaran kuesioner (daftar pertanyaan) yang disusun sedemikian rupa sehubungan dengan masalah yang sedang diteliti kepada tamu yang menginap di Balcony resto menjadi anggota sampel penelitian.
2. Studi literatur, yaitu pengumpulan data sekunder dengan mempelajari buku, majalah ilmiah atau jurnal, *web site* guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian.
3. Studi lapangan, yang terdiri dari :
 - a) Observasi, Berkunjung secara langsung ke Balcony resto untuk mengetahui jumlah tamu yang berkunjung.
 - b) Wawancara, yaitu bertanya kepada manager dan supervisor *food&beverage* dan karyawan lain yang terkait dengan masalah penelitian.
4. Melalui email, surat yang akan dikirimkan kepada setiap tamu yang telah melakukan pembelian dan mempunyai *data base* di Balcony Resto. Adapun alamat *web site* dari Balcony Resto adalah: www.balconyresto.com

3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Di dalam penelitian, data mempunyai kedudukan paling tinggi karena data merupakan penggambaran variabel 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*.

Sugiyono (2008:458) mengutarakan bahwa, "Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Sedangkan Menurut Suharsimi Arikunto (2006:145) bahwa:

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud.

Pengujian validitas dapat dilakukan melalui berbagai cara yaitu pengujian validitas konstruksi (*construct validity*), pengujian validitas isi (*content validity*), dan pengujian validitas eksternal (Sugiyono, 2008:455). Jenis validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengujian validitas konstruksi (*construct validity*). Suatu instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas rendah.

Tipe validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstruk yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun

menurut dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung kevalidan dari suatu instrumen adalah rumus Korelasi *Product Moment*, yang dikemukakan oleh Pearson 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 distribusi X
- $\sum Y^2$ = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi Y
- n = Banyaknya responden

Keputusan pengujian validitas item instrumen, adalah sebagai berikut :

item pernyataan yang diteliti dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$

item pernyataan yang diteliti dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan SPSS 17,5 *for windows*. Berdasarkan hasil perhitungan terdapat beberapa item instrumen yang tidak valid yang kemudian peneliti hilangkan, setelah item instrument yang tidak valid peneliti hilangkan diperoleh hasil pengujian validitas sebagai berikut.

TABEL 3.4
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
A. Creativity Perceived				
1.	Bangunan restoran	0,846	0.374	Valid
2.	Penyejuk ruangan	0,794	0.374	Valid
3.	Dekorasi ruangan	0,739	0.374	Valid
4.	Kondisi restoran	0,651	0.374	Valid
5.	Lighting restoran	0,753	0.374	Valid
6.	Design Interior dan exterior	0,714	0.374	Valid
7.	Kualitas pelayanan	0,462	0.374	Valid
8.	Peralatan restoran	0,608	0.374	Valid
9.	Seragam karyawan	0,514	0.374	Valid
B. Emphaty Perceived				
10.	<i>Greeting</i>	0,531	0.374	Valid
11.	Mengantar tamu ke meja	0,391	0.374	Valid
12.	Daftar menu	0,43	0.374	Valid
13.	Menawarkan makanan&minuman	0,545	0.374	Valid
14.	<i>Repeat order</i>	0,634	0.374	Valid
15.	Menyiapkan pesanan hingga disajikan	0,638	0.374	Valid
16.	Peralatan makanan&minuman	0,721	0.374	Valid
17.	Penyajian makanan&minuman	0,63	0.374	Valid
18.	<i>Clear up table</i>	0,584	0.374	Valid
19.	Proses pembayaran	0,697	0.374	Valid

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
C. <i>Responsibility Perceived</i>				
20.	Kemampuan karyawan memenuhi kebutuhan tamu	0,899	0.374	Valid
21.	Kecepatan dalam menangani kebutuhan tamu	0,866	0.374	Valid
22.	Kesigapan dalam menangani keluhan tamu	0,487	0.374	Valid
23.	Kemudahan informasi	0,589	0.374	Valid
24.	Pemeriksaan barang restoran	0,477	0.374	Valid
25.	Menyiapkan peralatan makan tamu	0,881	0.374	Valid
D. <i>Attitude Perceived</i>				
26.	Respon Karyawan	0,837	0.374	Valid
27.	Keakuratan pembayaran	0,515	0.374	Valid
28.	Ketepatan menyelesaikan keluhan	0,639	0.374	Valid
29.	Kemudahan menyampaikan maksud & tujuan	0,552	0.374	Valid
30.	Pelayanan yang diberikan	0,587	0.374	Valid
31.	Mengantarkan pesanan ke meja tamu	0,756	0.374	Valid
32.	Keakuratan pemesanan menu	0,764	0.374	Valid

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
A. <i>Creativity Ekspektasi</i>				
1.	Bangunan restoran	0,574	0.374	Valid
2.	Penyejuk ruangan	0,616	0.374	Valid
3.	Dekorasi ruangan	0,503	0.374	Valid
4.	Kondisi restoran	0,881	0.374	Valid
5.	Lighting restoran	0,509	0.374	Valid

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
6	Design Interior dan exterior	0,813	0.374	Valid
7	Kualitas pelayanan	0,701	0.374	Valid
8	Peralatan restoran	0,763	0.374	Valid
9	Seragam karyawan	0,881	0.374	Valid
B.	<i>Emphaty Ekspektasi</i>			
10.	<i>Greeting</i>	0,571	0.374	Valid
11.	Mengantar tamu ke meja	0,813	0.374	Valid
12.	Daftar menu	0,625	0.374	Valid
13.	Menawarkan makanan&minuman	0,627	0.374	Valid
14.	<i>Repeat order</i>	0,813	0.374	Valid
15	Menyiapkan pesanan hingga disajikan	0,402	0.374	Valid
16	Peralatan makanan&minuman	0,472	0.374	Valid
17	Penyajian makanan&minuman	0,461	0.374	Valid
18	<i>Clear up table</i>	0,474	0.374	Valid
19	Proses pembayaran	0,616	0.374	Valid
C.	<i>Responsibility Ekspektasi</i>			
20.	Kemampuan karyawan memenuhi kebutuhan tamu	0,871	0.374	Valid
21.	Kecepatan dalam menangani kebutuhan tamu	0,523	0.374	Valid
22.	Kesigapan dalam menangani keluhan tamu	0,684	0.374	Valid
23.	Kemudahan informasi	0,725	0.374	Valid
24.	Pemeriksaan barang restoran	0,521	0.374	Valid
25	Menyiapkan peralatan makan tamu	0,688	0.374	Valid

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
D. Attitude Ekspektasi				
26.	Respon Karyawan	0,666	0.374	Valid
27.	Keakuratan pembayaran	0,549	0.374	Valid
28.	Ketepatan menyelesaikan keluhan	0,649	0.374	Valid
29.	Kemudahan menyampaikan maksud & tujuan	0,477	0.374	Valid
30.	Pelayanan yang diberikan	0,634	0.374	Valid
31	Mengantarkan pesanan ke meja tamu	0,599	0.374	Valid
32	Keakuratan pemesanan menu	0,659	0.374	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2010

3.2.6.2 Hasil Pengujian 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.

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach alpha*, yaitu

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

Sumber : Husein Umar (2003:146)

Keterangan :

r₁₁ = 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 seperti berikut ini :

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

Sumber : Husein Umar (2003:147)

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika koefisien internal seluruh item (r_{11}) $\geq r$ tabel dengan tingkat signifikansi 10% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item (r_{11}) $< r$ tabel dengan tingkat signifikansi 10% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Keputusan pengujian reliabilitas item anstrumen, adalah sebagai berikut :

item pernyataan yang diteliti dikatakan reliabel jika $r_{hitung} > r_{tabel}$

item pernyataan yang diteliti dikatakan tidak reliabel jika $r_{hitung} < r_{tabel}$

Perhitungan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program SPSS 17,5 *for windows*.

Adapun langkah-langkah menggunakan SPSS 17,5 *for window* sebagai berikut:

- 1) Memasukkan data variabel X,Y dan variabel Z 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), *coloum*, *align*, (*left*, *center*, *right*, *justify*) dan isi juga kolom *measure* (skala: ordinal).

- 3) Kembali ke data *view*, lalu klik *analyze* pada toolbar pilih *Reliability Analyze*
- 4) Pindahkan variabel yang akan diuji atau klik Alpha, OK.
- 5) Akan dihasilkan output, apakah data tersebut valid serta reliabel atau tidak dengan membandingkan data hitung dengan data tabel.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 17,5 *for windows* diperoleh hasil pengujian reliabilitas sebagai berikut.

TABEL 3.5
HASIL PENGUJIAN RELIABIITAS *PERCEIVED*

No.	Variabel <i>Perceived</i>	r hitung (Alpha Cronbach)	r tabel	Keterangan
1	<i>Creativity</i>	0,849	0,374	Reliabel
2	<i>Emphaty</i>	0,784	0,374	Reliabel
3	<i>Responsibility</i>	0,803	0,374	Reliabel
4	<i>Attitude</i>	0,791	0,374	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2010

TABEL 3.6
HASIL PENGUJIAN RELIABIITAS EKSPEKTASI

No.	Variabel Ekspektasi	r hitung (Alpha Cronbach)	r tabel	Keterangan
1	<i>Creativity</i>	0,849	0,374	Reliabel
2	<i>Emphaty</i>	0,789	0,374	Reliabel
3	<i>Responsibility</i>	0,760	0,374	Reliabel
4	<i>Attitude</i>	0,708	0,374	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2010

3.2.7 Rancangan Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu cara untuk mengukur, mengolah dan menganalisis data tersebut. Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna, serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam

penelitian ini. Dengan demikian, teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta jawaban masalah yang diajukan.

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian. Dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian dilakukan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Menyusun Data

Memeriksa nama dan kelengkapan identitas responden, serta mengecek kelengkapan data yang diisi oleh responden untuk mengetahui karakteristik responden.

2. Menyeleksi data untuk memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul

3. Tabulasi Data

Tabulasi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

- a) Memberikan skor pada setiap item
- b) Menjumlahkan skor pada setiap item
- c) Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian

4. Menganalisis dan menafsirkan hasil perhitungan berdasarkan angka-angka yang diperoleh dari perhitungan statistik.

Data yang telah terkumpul harus dianalisis agar memperoleh makna yang berguna bagi pemecahan masalah yang telah diangkat oleh peneliti. Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif adalah dengan menggunakan statistik.

Penelitian ini menggunakan dua jenis pendekatan analisis, yaitu analisis deskriptif dan analisis verifikatif. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang bersifat kualitatif serta digunakan untuk melihat faktor penyebab. Sedangkan analisis verifikatif dipergunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik dan menitikberatkan dalam pengungkapan perilaku variabel penelitian. Dengan menggunakan kombinasi metode analisis tersebut dapat diperoleh generalisasi yang bersifat komprehensif.

3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Pada penelitian ini digunakan dua jenis analisis yaitu analisis deskriptif khususnya bagi variabel yang bersifat kualitatif dan analisis verifikatif berupa pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik, analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab sedangkan analisis kuantitatif menitikberatkan dalam pengungkapan perilaku variabel penelitian. Dengan menggunakan kombinasi metode analisis tersebut dapat diperoleh generalisasi yang bersifat komprehensif. Analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab.

3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*). Analisis ini digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel *independent* kualitas jasa (X) yang terdiri dari *creativity* (X_1), *emphaty* (X_2), *responsibility* (X_3), dan *attitude* (X_4) terhadap variabel *dependent* yaitu kepuasan (Y) yang terdiri dari *expected quality* (Y_1) dan *perceived quality* (Y_2), di Balcony resto. Dalam hal ini analisis jalur (*Path Analysis*) digunakan untuk

menentukan besarnya pengaruh variabel independen (X_1 , X_2 , X_3 , X_4) terhadap Y baik secara langsung maupun tidak langsung (Maholtra 2005:375).

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah *hybrid ordinally interval scale* yang menghasilkan data interval, Salah satu persyaratan dalam menggunakan *hybrid ordinally-interval scale* adalah peringkat jawaban diberikan skor antara 1 sampai dengan 7. Setiap variabel yang dinilai oleh responden, diklasifikasikan ke dalam tujuh alternatif jawaban (*numerical scale*), di mana setiap *option* terdiri dari tujuh kriteria skor sebagai berikut :

TABEL 3.7
SKOR ALTERNATIF JAWABAN PERNYATAAN
POSITIF DAN NEGATIF

Alternatif Jawaban	Sangat Tinggi	Tinggi	Agak Tinggi	Antara Tinggi dan Rendah	Agak Rendah	Rendah	Sangat Rendah
Positif	7	6	5	4	3	2	1
Negatif	1	2	3	4	5	6	7

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2010

Sementara pelaksanaan pengumpulan data penelitian dilakukan secara langsung kepada konsumen Balcony Resto Bandung yang terpilih sebagai responden. Hal tersebut untuk memperoleh penjelasan langsung yang mungkin akan diperlukan untuk menghindari kemungkinan adanya kekeliruan dalam memberi jawaban.

3.2.8 Pengujian Hipotesis

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner (angket). Kuisisioner ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dari data mengenai Kualitas jasa

yang terdiri dari *creativity* (X_1), *emphaty* (X_2), *responsibility* (X_3), dan *attitude* (X_4) terhadap kepuasan konsumen Balcony Resto Bandung.

Proses untuk menguji hipotesis dimana metode analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode analisis verifikatif, maka dilakukan analisis jalur (*path analysis*). Dalam hal ini, analisis jalur digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) baik secara langsung ataupun tidak langsung. Untuk memenuhi pesyaratan digunakannya metode analisis jalur maka sekurang-kurangnya data yang diperoleh adalah data interval.

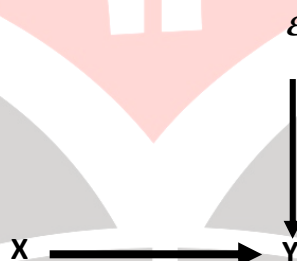
Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data gabungan skala interval-ordinal (*hybrid ordinally-interval scale*) yaitu merupakan suatu skala yang secara artifisial ditransformasikan ke dalam apa yang diasumsikan sebagai skala interval. *Ordinally-interval scale* pada dasarnya adalah skala ordinal tetapi diasumsikan memiliki karakteristik jarak yang diasumsikan (*assumed distance property*) sehingga peneliti dapat melakukan beberapa analisis statistik yang tingkatannya lebih tinggi (*advance statistic analysis*) (Hermawan, 2006:123).

Skala *hybrid ordinally-interval* tersebut selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independennya dengan variabel dependen dari semua sampel penelitian. Adapun pengolahan data dapat dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS 17.5 for windows, menurut Kusnendi (2005:26) adalah:

Transformasikan data mentah menjadi data dalam skor Z. Untuk itu pilih menu *analyze*, pilih *descriptive statistic*. Klik *descriptive*. Blok semua variabel, klik *>*. Klik *Ok*. Klik *save* untuk menyimpan data.

Untuk memperoleh semua nilai PA, prosedurnya adalah dari menu utama *analyze*, pilih *regression*, klik *linier*. Pengisian kotak independen, blok semua variabel endogen, yaitu Zscore (Y) (yz) dan klik *>*. Pengisian kotak independen, blok semua variabel eksogen dan klik *>*. Method, pilih *backward*. Kemudian dari kotak statistik, klik *descriptive*. Untuk jelasnya proses analisis jalur dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut.

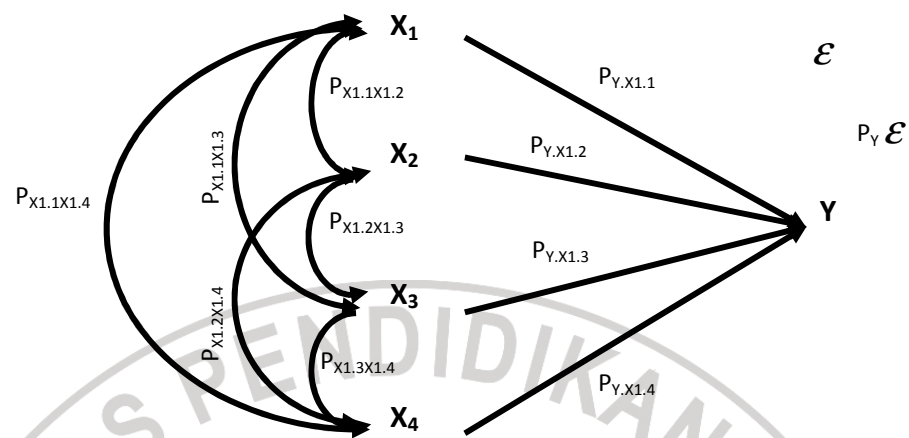
Setelah data penelitian berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dari semua sampel penelitian. Berdasarkan hipotesis konseptual yang diajukan, terdapat hubungan antara tiap variabel penelitian. Hipotesis tersebut digambarkan dalam sebuah paradigma seperti terlihat pada Gambar 3.2 berikut.



GAMBAR 3.2
DIAGRAM JALUR HIPOTESIS

- Y : Kepuasan konsumen
- X : Kualitas jasa
- ϵ : Epsilon (variabel lain)

Selanjutnya diagram hipotesis I di atas diterjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen. Diagram jalur tersebut untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.3 di bawah ini.



GAMBAR 3.3
DIAGRAM JALUR SUB STRUKTUR HIPOTESIS

Keterangan :

Y : Kepuasan konsumen

X₁ : *Creativity*

X₂ : *Emphaty*

X₃ : *Responsibility*

X₄ : *Attitude*

ε : residu (variabel lain di luar variabel X yang berpengaruh) ke variabel akibat (*endogenous*) dinyatakan oleh besarnya nilai numeric dari variabel (*eksogeneous*)

Struktur hubungan di atas menunjukkan bahwa kualitas jasa (X) yang terdiri dari *creativity* (X₁), *emphaty* (X₂), *responsibility* (X₃), dan *attitude* (X₄) berpengaruh terhadap variabel *dependent* yaitu kepuasan (Y) yang terdiri dari *expected quality* (Y₁), *perceived quality* (Y₂) di Balcony resto. Selain itu, terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara kualitas jasa (X) yang terdiri dari *creativity* (X₁), *emphaty* (X₂), *responsibility* (X₃), dan *attitude* (X₄) terhadap variabel *dependent* yaitu kepuasan pelanggan (Y) dan variabel residu

yang dilambangkan dengan \mathcal{E} , namun pada penelitian ini variabel tersebut tidak diperhitungkan.

1. Menghitung matriks korelasi antar variabel bebas

$$R_1 = \begin{pmatrix} X_{1,1} & X_{1,2} & X_{1,3} & X_{1,4} \\ 1 & r_{X_{1,2}X_{1,1}} & r_{X_{1,3}X_{1,1}} & r_{X_{1,4}X_{1,1}} \\ & 1 & r_{X_{1,3}X_{1,2}} & r_{X_{1,4}X_{1,2}} \\ & & 1 & r_{X_{1,4}X_{1,3}} \\ & & & 1 \end{pmatrix}$$

2. Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis

Menghitung matriks invers korelasi

$$R_1^{-1} = \begin{pmatrix} X_{1,1} & X_{1,2} & X_{1,3} & X_{1,4} \\ C_{1,1,1,1} & C_{1,2,1,1} & C_{1,3,1,1} & C_{1,4,1,1} \\ & 1 & C_{1,3,1,2} & C_{1,4,1,2} \\ & & 1 & C_{1,4,1,3} \\ & & & 1 & C_{1,4,1,4} \end{pmatrix}$$

3. Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus

$$\begin{pmatrix} PYX_{1,1} \\ PYX_{1,2} \\ PYX_{1,3} \\ PYX_{1,4} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} X_{1,1} & X_{1,2} & X_{1,3} & X_{1,4} \\ C_{1,1,1,1} & C_{1,1,1,2} & C_{1,1,1,3} & C_{1,1,1,4} \\ & C_{1,1,1,2} & C_{1,1,1,3} & C_{1,1,1,4} \\ & & C_{1,1,1,3} & C_{1,1,1,4} \\ & & & C_{1,1,1,4} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} r_{YX_{1,1}} \\ r_{YX_{1,2}} \\ r_{YX_{1,3}} \\ r_{YX_{1,4}} \end{pmatrix}$$

4. Hitung R^2Y ($X_{1,1}, X_{1,2}, X_{1,3}, X_{1,4}$) yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total $X_{1,1}, X_{1,2}, X_{1,3}, X_{1,4}$ terhadap Y dengan rumus:

$$R^2Y (X_{1.1}, \dots, X_{1.4}) = [P_{YX1.1} \dots P_{YX1.4}] \begin{bmatrix} r_{YX1.1} \\ \dots \\ r_{YX1.4} \end{bmatrix}$$

5. Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel

Pengaruh X terhadap Y:

Pengaruh (X_1) terhadap (Y)

Pengaruh langsung = $PYX_1 \cdot PYX_1$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_2) = $PYX_1 \cdot r_{X_1 X_2} \cdot PYX_2$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_3) = $PYX_1 \cdot r_{X_1 X_3} \cdot PYX_3$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_4) = $PYX_1 \cdot r_{X_1 X_4} \cdot PYX_4$

Pengaruh total (X_1) terhadap (Y) = $\frac{\dots}{\dots}$

Pengaruh (X_2) terhadap (Y)

Pengaruh langsung = $PYX_2 \cdot PYX_2$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_1) = $PYX_2 \cdot r_{X_2 X_1} \cdot PYX_1$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_3) = $PYX_2 \cdot r_{X_2 X_3} \cdot PYX_3$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_4) = $PYX_2 \cdot r_{X_2 X_4} \cdot PYX_4$ +

Pengaruh total (X_2) terhadap (Y) = $\frac{\dots}{\dots}$

Pengaruh (X_3) terhadap (Y)

Pengaruh langsung = $PYX_3 \cdot PYX_3$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_1) = $PYX_3 \cdot r_{X_3 X_1} \cdot PYX_1$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_2) = $PYX_3 \cdot r_{X_3 X_2} \cdot PYX_2$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_4) = $PYX_3 \cdot r_{X_3 X_4} \cdot PYX_4$ +

Pengaruh total ($X_{1.3}$) terhadap Y = $\frac{\dots}{\dots}$

Pengaruh (X_4) terhadap (Y)

Pengaruh langsung = $PYX_4 \cdot PYX_4$

Pengaruh tidak langsung melalui (X₁) = PYX₄ · rX₄X₁ · PYX₁

Pengaruh tidak langsung melalui (X₂) = PYX₄ · rX₄X₂ · PYX₂

Pengaruh tidak langsung melalui (X₃) = PYX₄ · rX₄X₃ · PYX₃ +

Pengaruh total (X_{1,4}) terhadap (Y) =

6. Menghitung pengaruh variabel lain (ε) dengan rumus sebagai berikut:

$$P_{Y\epsilon} = \sqrt{1 - R^2_{Y(X1.1, X1.2, \dots, X1.4)}}$$

7. Keputusan penerimaan atau penolakan Ho

a) Rumusan Hipotesis operasional:

$$H_0: P_{YX_{1.1}} = P_{YX_{1.2}} = P_{YX_{1.3}} = P_{YX_{1.4}} = 0$$

H_i: sekurang-kurangnya ada sebuah P_{YX_i} ≠ 0, i = 1, 2, 3, dan 4

Statistik uji yang digunakan adalah:

$$F = \frac{(n-k-1) \sum_{i=1}^k P_{YXi} P_{YXi}}{k(1 - \sum_{i=1}^k P_{YXi} P_{YXi})}$$

Hasil F_{hitung} dibandingkan dengan tabel distribusi F-Snedecor, apabila F_{hitung} ≥ F_{tabel}, maka H₀ ditolak dengan demikian dapat diteruskan pada pengujian secara individual, statistik yang digunakan adalah:

$$t = \frac{P_{YXi} - P_{YXi}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{Y(X1.1, X1.2, \dots, X1.4)})(C_{ii} + C_{ij} + C_{jj})}{(n-k-1)}}$$

t mengikuti distribusi t-Student dengan derajat kebebasan n-k-1.

Sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan menurut Sugiyono (2007:185) yaitu:

Jika t_{hitung} > t_{tabel}, maka H₀ ditolak artinya X berpengaruh terhadap Y

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 ditolak artinya X tidak berpengaruh terhadap Y

3.2.9 Rancangan Pengujian Hipotesis

Semua teknis analisis data di atas dalam pelaksanaan perhitungannya menggunakan program SPSS 17.5 for windows. Penafsiran terhadap besarnya koefisien korelasi berpedoman pada penggolongan koefisien adalah sebagai berikut:

TABEL 3.8
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI KOEFISIEN KORELASI

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,60-0,799	Kuat
0,40-0,599	Sedang
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2007:184)

Kriteria pengambilan keputusan pengujian hipotesis secara statistik dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut :

Hipotesis

$H_0: \rho_{yx} = 0$, maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Konsumen Balcony Resto Bandung

$H_0: \rho_{yx} \neq 0$, maka terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Konsumen Balcony Resto Bandung.