

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah konsumen dari restoran Bebek Van Java (BVJ) di Kota Bandung. Dalam penelitian ini akan mengungkapkan tentang kepuasan yang diterima oleh konsumen restoran Bebek Van Java (BVJ) di Kota Bandung.

Menurut Sugiyono (2010:4), variabel independen (variabel bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab berubahnya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Yang menjadi variabel independen (bebas) yaitu kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2) dan harga (X_3). Selain itu terdapat variabel dependen (variabel terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Yang menjadi variabel dependen (terikat) yaitu kepuasan konsumen (Y).

3.2 Metode Penelitian

Metode merupakan cara yang dilakukan atau yang diambil oleh peneliti untuk mengkaji persoalan-persoalan atau masalah yang dihadapi. Agar masalah tersebut dapat dipecahkan dengan tepat.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif deskriptif. Metode penelitian kuantitatif deskriptif bertujuan menggambarkan kepada pembaca dan mengungkapkan suatu masalah, keadaan, dan peristiwa

Ita Apriliani Rosita, 2012

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Bebek Van Java di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

sebagai adanya mengungkapkan fakta secara lebih mendalam mengenai kepuasan yang diterima oleh konsumen restoran Bebek Van Java (BVJ) di Kota Bandung.

Penelitian kuantitatif adalah data yang berbentuk angka (Sugiono, 2010:23). Data kuantitatif dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu data diskrit, dan data kontinum. Data diskrit adalah data yang diperoleh dari hasil menghitung atau membilang. Data diskrit biasa disebut dengan data nominal. Data nominal biasanya diperoleh dari penelitian yang bersifat eksploratif atau survey. Data kontinum adalah data yang diperoleh dari hasil pengukuran. Data kontinum dapat dikelompokkan menjadi tiga yaitu data ordinal, interval dan rasio.

Metode penelitian secara deskriptif adalah penelitian yang meliputi pengumpulan data untuk uji hipotesis atau menjawab pertanyaan mengenai status akhir dari subyek penelitian. “Tipe yang paling umum dari penelitian deskriptif ini meliputi penilaian sikap atau pendapat individu, organisasi, keadaan, ataupun prosedur” (Kuncoro, 2003, p.8).

3.3 Operasional Variabel

Variabel penelitian menurut Hadi (Arikunto, 2006:116), variabel merupakan objek penelitian yang bervariasi. Penelitian ini terdiri dari empat variabel yaitu tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Dimana variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga, sedangkan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat.

Pada dasarnya variabel yang akan diteliti dikelompokkan dalam konsep teoritis, empiris dan analitik. Konsep teoritis merupakan variabel utama yang

bersifat umum. Konsep empiris merupakan konsep yang bersifat operasional dan terjabar dari konsep teoritis. Konsep analitis adalah penjabaran dari konsep teoritis dimana data itu diperoleh.

Secara lebih jelas definisi operasional variabel penelitian dapat dirangkum dalam tabel operasional variabel berikut :

Tabel 3.1 : Operasional Variabel

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Skala	No Item
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan diharapkan. Kotler dalam buku Lupiyoadi (2001)	Tingkat kepuasan yang dirasakan atau diterima konsumen.	1.1 Kepuasan sesuai dengan ekspekstasi konsumen mengenai produk dan jasa yang diterima.	Ordinal	1
			1.2 Kepuasan sesuai dengan persepsi konsumen mengenai produk dan jasa yang diterima.		3
Kualitas Pelayanan (X ₁)	Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai “seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh”. Menurut Parasuraman, et all (1998) dalam buku Lupiyoadi (2001:148)	1. <i>Tangible</i> (bukti fisik)	1.1 Penampilan desain interior restoran.	Ordinal	4
			1.2 Kelengkapan fasilitas restoran (misal tempat parkir, toilet, mushola, dll)		5
			1.3 Penampilan karyawan restoran.		6
		2. <i>Reliability</i> (keandalan)	2.1 Kecepatan dalam melayani konsumen.	Ordinal	7
			2.2 Layanan yang akurat pada konsumen.		8
		3. <i>Responsiveness</i> (ketanggapan)	3.1 Pemberian informasi yang jelas.	Ordinal	9
			3.2 Daya tanggap terhadap keluhan konsumen.		10
		4. <i>Assurance</i> (jaminan dan kepastian)	4.1 Keramahan karyawan dalam melayani konsumen.	Ordinal	12
4.2 Jaminan keamanan	13				

Ita Apriliani Rosita, 2012

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Bebek Van Java di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

			berhubungan dengan karyawan.		
		5. <i>Empathy</i>	5.1 Memahami dan mengerti keinginan/kebutuhan konsumen. 5.2 Karyawan penuh perhatian terhadap kebutuhan/keinginan konsumen.	Ordinal	14 15
Kualitas Produk (X ₂)	Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Kotler and Armstrong (2004, p.283)	1. <i>Peformance</i> (penampilan)	1.1 Desain produk. 1.2 Tingkat kebersihan produk.	Ordinal	16 17
		2. <i>Features</i> (keragaman produk)	2.1 Variasi menu (makanan dan minuman).	Ordinal	18
		3. <i>Reliability</i> (keandalan)	3.1 Tingkat kematangan produk.	Ordinal	19
		4. <i>Conformance</i> (kesesuaian)	4.1 Cita rasa yang khas.	Ordinal	20
		5. <i>Durability</i> (daya tahan)	5.1 Kelayakan produk (kadaluarsa).	Ordinal	21
		6. <i>Serviceability</i> (kemampuan pelayanan)	6.1 Kecepatan penyajian makanan. 6.2 Kemampuan berkomunikasi dengan konsumen.	Ordinal	22 23
		7. <i>Aesthetics</i> (estetika)	7.1 Tingkat rasa. 7.2 Tingkat aroma	Ordinal	24 25
		8. <i>Perceived quality</i> (kualitas yang dipersepsikan)	8.1 Citra produk sudah dikenal masyarakat.	Ordinal	26
Harga (X ₃)	Harga (<i>price</i>) sebagai nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Buchari Alma (2007)	Tingkat kesesuaian harga (Price) dengan produk yang diterima konsumen	1.1 Tingkat kesesuaian harga dengan porsi. 1.2 Kesesuaian harga dengan manfaat. 1.3 Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan.	Ordinal	27 28 30

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Ita Apriliani Rosita, 2012

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Bebek Van Java di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Menurut Suharsimi Arikunto (2002:108) “Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian”. Sedangkan menurut Sugiyono (2010:61) mengatakan bahwa “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Dalam pengumpulan data akan selalu dihadapkan dengan objek yang akan diteliti baik itu berupa benda, manusia, dan aktivitasnya atau peristiwa yang terjadi.

Dalam penelitian ini yang akan menjadi populasinya adalah konsumen yang mengunjungi dan melakukan pembelian di restoran Bebek Van Java di Kota Bandung sejumlah 35.984 dalam satu tahun terakhir (periode tahun 2011) :

Tabel 3.2
Rata-rata Jumlah Konsumen Perbulan Pada Restoran Bebek Van Java di Kota Bandung dalam Waktu Satu Tahun Terakhir (Periode Tahun 2011)

No	Bulan	Pengunjung
1	Januari	4035
2	Febuari	3357
3	Maret	3290
4	April	2798
5	Mei	2760
6	Juni	2778
7	Juli	3150
8	Agustus	3463
9	September	2565
10	Oktober	2925
11	November	2392
12	Desember	2471
TOTAL		35984
Rata-rata perbulan		2999

Sumber : Manajemen Restoran Bebek Van Java Kota Bandung

3.4.2 Sampel

Ita Apriliani Rosita, 2012

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Bebek Van Java di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Menurut Sugiono (2010:62) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto (1991:141) bahwa sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti. Berdasarkan pendapat tersebut, penentuan teknik sampling yang tepat akan sangat menentukan bahwa sampel yang diambil harus yang benar-benar *representative* (mewakili).

Untuk penelitian ini penulis menggunakan non random sampling atau nonprobability sampling. Menurut Sugiyono (2010:66) nonprobability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik ini dilakukan karena pertimbangan mengenai keterbatasan waktu, tenaga dan dana sehingga tidak dapat mengambil sampel yang mendahului tentang keadaan populasi sudah diketahui benar dan tidak perlu diragukan lagi.

Rata-rata pengunjung yang datang ke restoran Bebek Van Java di Kota Bandung ialah 2.999 pengunjung perbulan.

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

n : Ukuran sampel keseluruhan

N : Ukuran populasi keseluruhan

e : Resiko kekeliruan yang mungkin terjadi (10%)

$$n = \frac{2999}{1 + 2999 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{2999}{1 + 29,99}$$

$$n = 96,77 \approx 100$$

Ita Apriliani Rosita, 2012

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Bebek Van Java di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Jadi sampel minimal yang diambil ialah sebanyak 100 orang konsumen.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Wawancara

Teknik pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab dengan orang-orang atau institusi, yang berkaitan langsung dengan obyek yang diteliti untuk melengkapi data-data penelitian yang tidak didapat dari dokumentasi.

b. Studi dokumentasi

Pengumpulan data dengan cara membaca dan mempelajari literatur – literatur seperti buku, situs, jurnal yang memuat teori-teori dan informasi yang diperlukan sebagai landasan teori yang kuat guna mendukung analisis yang dilakukan.

c. Angket

Teknik pengumpulan data dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan kepada responden yang bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai permasalahan yang diteliti.

3.6 Jenis dan Sumber Data

Ita Apriliani Rosita, 2012

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Bebek Van Java di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Menurut Suharsimi Arikunto (2002:107) yang dimaksud dengan sumber data adalah subjek dimana data diperoleh. Dalam penelitian ini menggunakan dua data, yaitu secara langsung (data primer) dan data tidak langsung (data sekunder) yang berhubungan dengan objek penelitian. Berdasarkan sumbernya, data dikelompokkan menjadi dua, yaitu :

1. Data Primer (*Primary Data Source*)

Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survey ataupun observasi, dengan cara mewawancarai dan membagikan kuisisioner.

2. Data Sekunder (*Secondary Data Source*)

Data sekunder merupakan struktur data historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain.

Sumber data sekunder bisa diperoleh dari dalam suatu perusahaan (sumber internal).

Tabel 3.3
Jenis dan Sumber Data

No.	Data penelitian	Jenis Data	Sumber Data
1.	Data jumlah pendapatan dan pengunjung pada restoran Bebek Van Java di Kota Bandung.	Data Sekunder	Manajemen pada restoran Bebek Van Java di Kota Bandung
2.	Data perkembangan restoran di Kota Bandung.	Data sekunder	Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bandung.
3.	Gambaran mengenai kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, dan kepuasan konsumen dan pada restoran Bebek Van Java di Kota Bandung.	Data Primer	Responden atau Konsumen pada restoran Bebek Van Java di Kota Bandung.

3.7 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

3.7.1 Uji Validitas

Sugiyono (2010: 348), “Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur”. Dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel. Jadi instrumen yang valid dan reliabel merupakan syarat untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel.

Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung kevalidan dari suatu instrumen adalah rumus korelasi *Product Moment* yang digunakan oleh Pearson sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n\sum X \cdot Y - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n\sum X^2 - (\sum X)^2)} \cdot \sqrt{(n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Sugiyono (2010: 228)

Dimana :

R_{xy} = 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

Ita Apriliani Rosita, 2012

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Bebek Van Java di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

$\sum X^2$ = jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$ = jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

n = banyaknya responden

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 0,5$ dan diluar taraf nyata tersebut item angket dinyatakan tidak valid. Setelah itu kemudian dilakukan uji keberartian r dilakukan dengan uji t (taraf signifikasi 5%) dengan rumus yang digunakan yaitu:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad \text{(Sugiyono, 2010:230)}$$

Keterangan:

t = uji signifikasi korelasi

r = koefisien korelasi

n = jumlah responden penelitian

Kriteria pengambilan keputusan:

- H_0 diterima dan H_a ditolak jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka berarti tidak signifikan.
- H_0 ditolak dan H_a diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka berarti signifikan.

Uji Validitas dilakukan dengan menghitung hasil jawaban dari setiap pertanyaan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} yang digunakan untuk n = 30 dengan $\alpha = 5\%$ yaitu 0,361

- Pertanyaan Valid jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$.
- Pertanyaan Tidak Valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$

Berikut ini adalah hasil perhitungan uji validitas yang data ordinal sudah ditransformasikan menjadi data interval dengan menggunakan bantuan MSI dan diolah menggunakan bantuan SPSS 17.0 *For Windows*.

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Pertanyaan	Variabel Y	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan1	Kepuasan Konsumen	0,882	0,361	Valid
Kualitas Pelayanan2		0,910		Valid
Kualitas Pelayanan3		0,363		Valid
Kualitas Pelayanan4		0,604		Valid
Kualitas Pelayanan5		0,910		Valid
Kualitas Pelayanan6		0,569		Valid
Kualitas Pelayanan7		0,733		Valid
Kualitas Pelayanan8		0,809		Valid
Kualitas Pelayanan9		0,758		Valid
Kualitas Pelayanan10		0,561		Valid
Kualitas Pelayanan11		0,862		Valid
Kualitas Pelayanan12		0,607		Valid

Sumber : Pengolahan data Mei Tahun 2012

Berdasarkan tabel 3.4, uji validitas dari variabel kualitas pelayanan diperoleh hasil yang dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai alat untuk mengumpulkan data.

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Kualitas Produk

Pertanyaan	Variabel Y	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Kualitas Produk1	Kepuasan Konsumen	0,891	0,361	Valid
Kualitas Produk2		0,856		Valid
Kualitas Produk3		0,752		Valid
Kualitas Produk4		0,797		Valid
Kualitas Produk5		0,641		Valid
Kualitas Produk6		0,649		Valid
Kualitas Produk7		0,912		Valid

Ita Apriliani Rosita, 2012

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Bebek Van Java di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Kualitas Produk8	0,842	Valid
Kualitas Produk9	0,831	Valid
Kualitas Produk10	0,849	Valid
Kualitas Produk11	0,502	Valid

Sumber : Pengolahan data Mei Tahun 2012

Berdasarkan tabel 3.5, uji validitas dari variabel kualitas produk diperoleh hasil yang dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai alat untuk mengumpulkan data.

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas Harga

Pertanyaan	Variabel Y	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Harga1	Kepuasan Konsumen	0,518	0,361	Valid
Harga2		0,962		Valid
Harga3		0,447		Valid
Harga4		0,874		Valid

Sumber : Pengolahan data Mei Tahun 2012

Berdasarkan tabel 3.6, uji validitas dari variabel harga diperoleh hasil yang dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai alat untuk mengumpulkan data.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Sugiyono (2010:354), "pengujian reliabilitas dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan menggunakan tes-tes (stability, equivalent, dan gabungan keduanya).

Setelah nilai-nilai diperoleh maka dengan teknik korelasi produk moment dapat dihitung nilai r sebagai nilai untuk mengukur reliabilitas instrumen terhadap kepuasan konsumen pada restoran Bebek Van Java di Kota Bandung.

Uji realibilitas dihitung dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut :

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{st^2} \right\}$$

Ita
Pe
Re

ualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Sugiyono (2010: 365)

Keterangan :

r_i = Reliabilitas instrumen/ koefisien alfa

k = Banyaknya butir soal

$\sum s_i^2$ = Jumlah varian butir soal

S_i^2 = Varian total

Sedangkan rumus variannya adalah :

$$S_t^2 = \frac{\sum X_t^2}{n} - \frac{(\sum X_t)^2}{n^2}$$

$$S_i^2 = \frac{J_{ki}}{n} - \frac{J_{ks}}{n^2}$$

Sugiyono (2010: 365)

Keterangan :

J_{ki} = Jumlah kuadrat seluruh skor item

J_{ks} = Jumlah kuadrat subjek

n = Jumlah responden

Setelah diperoleh nilai r_{hitung} , selanjutnya untuk dapat diputuskan instrumen tersebut reliabel atau tidak, maka nilai tersebut dikonsultasikan dengan r_{tabel} dengan taraf kesalahan 5%. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} untuk kesalahan taraf 5% maka dapat disimpulkan instrumen kepuasan konsumen tersebut reliabel dan dapat digunakan untuk penelitian.

Kriteria pengambilan keputusan:

- Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ dengan tingkat kepercayaan 95% maka angket variabel tersebut dikatakan tidak reliabel.
- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan tingkat kepercayaan 95%, maka angket variabel tersebut dikatakan reliabel.

Ita Apriliani Rosita, 2012

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Bebek Van Java di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Berikut ini adalah hasil perhitungan uji validitas data ordinal sudah ditransformasikan menjadi data interval dengan menggunakan bantuan MSI dan diolah menggunakan bantuan SPSS 17.0 *For Windows*.

Tabel 3.7
Hasil Uji Reliabilitas

Pertanyaan	Variabel Y	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen	0,980	0,361	Reliabel
Kualitas Produk		0,957		Reliabel
Harga		0,947		Reliabel

Sumber : Pengolahan data Mei Tahun 2012

Berdasarkan tabel 3.7 terlihat bahwa nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$. Sehingga instrument variabel kepuasan konsumen (Y) dinyatakan reliabel.

3.8 Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul dari hasil kuesioner diolah dalam tiga langkah. Langkah pertama yang dilakukan yaitu persiapan dengan cara mengumpulkan data dan memeriksa kebenaran cara pengisian. Setelah itu melakukan tabulasi hasil kuesioner dan memeriksa nilai sesuai skala semantik dan merupakan data ordinal. Untuk menganalisa data berskala ordinal ditingkatkan menjadi skala interval adalah dengan menggunakan metode interval berurutan MSI (Method of Succesive Interval) dari Thurstone. Penarikan skala dari ordinal ke interval ini dilakukan untuk setiap item per variabel, adapun tahapannya menurut Sedarmayanti (2002: 101) adalah sebagai berikut:

1. Menentukan frekuensi (f) tiap responden.
2. Menentukan proporsi (p) setiap responden yaitu dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah sampel.

Ita Apriliani Rosita, 2012

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Bebek Van Java di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

3. Menentukan proporsi secara berurutan untuk setiap responden sehingga diperoleh proporsi kumulatif yang dianggap menyebar mengikuti sebaran normal baku.
4. Menentukan nilai z untuk masing-masing proporsi kumulatif yang dianggap menyebar mengikuti sebaran normal baku.
5. Menghitung skala scale of value (SV) untuk masing-masing responden dengan rumus sebagai berikut:
scale value:
$$\frac{(\text{density at lower limit}) - (\text{density at upper limit})}{(\text{area below upper limit}) - (\text{area below lower limit})}$$
6. Mengubah scale of value terkecil menjadi sama dengan satu dan mentransformasikan masing-masing skala menurut perubahan skala terkecil sehingga diperoleh transformed scale of value.

Setelah mengubah data ordinal menjadi interval selanjutnya penerapan data pada pendekatan penelitian yang digunakan sesuai dengan tujuan penelitian.

Dengan kata lain setelah data terkumpul, kemudian dilakukan analisis secara kuantitatif, yang bertujuan untuk menghasilkan data deskriptif, maka dari itu penulis menggunakan metode pengumpulan data dengan skala pengukuran semantik dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data regresi linier berganda.

Sugiyono (2010: 275), “regresi linier berganda digunakan oleh peneliti bila penelitian bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor

dimanupulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal berjumlah dua.

Dengan demikian dalam penelitian ini, karena variabel independennya berjumlah tiga maka digunakan teknik analisis regresi linier berganda, yaitu :

1 Menentukan hubungan antara variabel dependen (Y) dengan variabel independen (X_1 , X_2 , dan X_3) dengan bentuk model yang digunakan adalah rumus persamaan regresi untuk tiga prediktor, yaitu :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

Y = variabel dependen, kepuasan karyawan

a = nilai Y pada saat $X = 0$ atau konstanta

b_1 = angka arah regresi atau koefisien regresi X_1

b_2 = angka arah regresi atau koefisien regresi X_2

b_3 = angka arah regresi atau koefisien regresi X_3

X_1 = variabel independen, kualitas pelayanan

X_2 = variabel independen, kualitas produk

X_3 = variabel independen, harga

Setelah nilai a, b_1 , b_2 , dan b_3 diperoleh maka langkah selanjutnya adalah menghitung korelasi ganda masing-masing variabel independen dengan variabel dependen, dengan rumus sebagai berikut:

$$\sum X_1 Y = b_1 \sum X_1^2 + b_2 \sum X_1 X_2 + b_3 \sum X_1 X_3$$

$$\sum X_2 Y = b_1 \sum X_1 X_2 + b_2 \sum X_2^2 + b_3 \sum X_2 X_3$$

$$\sum X_3 Y = b_1 \sum X_1 X_3 + b_2 \sum X_2 X_3 + b_3 \sum X_3^2$$

$$a = \bar{Y} - b_1 \bar{X}_1 - b_2 \bar{X}_2 - b_3 \bar{X}_3$$

Sugiyono (2010: 283-284)

- 2 Setelah harga a , b_1 , b_2 , dan b_3 , diperoleh maka langkah selanjutnya adalah menghitung korelasi ganda masing-masing variabel independen dengan variabel dependen dengan rumus :

$$R_{yx_1x_2x_3} = \sqrt{\frac{rx_1y + rx_2y + rx_3y - 2rx_1y \cdot rx_2y \cdot rx_3y \cdot rx_1x_2x_3}{1 - (rx_1x_2x_3)^2}}$$

Sugiyono (2010:233)

Keterangan :

$R_{yx_1x_2x_3}$ = korelasi antara variabel X_1 , X_2 , dan X_3 secara bersama-sama dengan variabel Y .

rx_1y = korelasi produk moment antara X_1 dengan Y

rx_2y = korelasi produk moment antara X_2 dengan Y

rx_3y = korelasi produk moment antara X_3 dengan Y

Dimana : rx_{xy} = korelasi antar variabel X dengan Y

$$X = (X_1 - \bar{X})$$

$$Y = (Y_1 - \bar{Y})$$

Setelah diadakannya pengujian yang signifikan terhadap korelasi ganda, maka selanjutnya untuk uji signifikan koefisien korelasi ganda dicari F_{hitung} dulu, kemudian dibandingkan dengan F_{tabel} , dimana untuk mencari F_{hitung} dapat dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$F_h = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Ita A
Peng
Resto

k, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada

Sugiyono (2010: 235)

Keterangan :

R = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

Sugiyono (2010: 231), untuk mengetahui kuat rendahnya hubungan pengaruh, dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 3.8
Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

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

Sugiyono (2010: 231)

3.9 Uji Hipotesis

Untuk mencari antara hubungan dua variabel atau lebih dapat dilakukan dengan menghitung korelasi antar variabel yang akan dicari hubungannya. Korelasi merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antar dua variabel atau lebih.

Objek penelitian yang menjadi variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan (X_1), Kualitas Produk (X_2) dan Harga (X_3) sedangkan variabel dependennya adalah Kepuasan Konsumen (Y), dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang digunakan melalui perhitungan analisis regresi linier ganda untuk ke empat variabel tersebut.

Ita Apriliani Rosita, 2012

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Bebek Van Java di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Adapun yang menjadi hipotesis utama dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada restoran Bebek Van Java di Kota Bandung

1. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) yaitu angka yang menunjukkan besarnya derajat kemampuan yang menerangkan variabel terhadap variabel terikat dari fungsi tersebut. Dengan cara simultan variabel X dan Y dapat dihitung dengan koefisien determinasi secara simultan melalui rumus:

$$R^2 = \frac{\text{jumlah kuadrat regresi (JKR)}}{\text{jumlah kuadrat total}}$$

Besarnya nilai kuadrat R^2 diantaranya nol dan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$) dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika R^2 semakin mendekati angka 1, maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat semakin erat atau dekat dengan kata lain model tersebut dapat nilai baik.
- Jika R^2 semakin jauh angka 1, maka hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat jauh atau tidak erat atau dengan kata lain model tersebut dapat dinilai kurang baik.

2. Pengujian Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Untuk uji hipotesis, dilakukan Uji F statistik dengan rumus :

$$uji F = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)} \quad \text{Sugiyono (2010: 235)}$$

Untuk menerima atau menolak hipotesis adalah:

- Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya tidak dapat pengaruh yang signifikan antara variabel X dan variabel Y.
- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X dan variabel Y.

Tingkat kesalahan yang digunakan sebesar 10% atau 0,1 pada taraf signifikansi 90%.

3. Pengujian Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Untuk uji hipotesis, dilakukan uji t statistik dengan rumus :

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

Sugiyono (2010: 230)

Pengujian hipotesis secara parsial dilakukan dengan menguji nilai t_{hitung} .

Uji t bertujuan untuk menguji tingkat signifikan dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Kriteria untuk menolak atau menerima hipotesis, pada tingkat kesalahan yang digunakan sebesar 10% atau 0,1 pada taraf signifikansi 90%.

- Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan menolak H_a yang artinya koefisien korelasi berganda yang dihitung signifikan.
- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan menerima H_a , yang artinya koefisien korelasi berganda yang dihitung tingkat signifikan dan menunjukkan terdapat pengaruh secara parsial.