

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada konsumen Catering Service Vindo Ny. Soewardono. Objek penelitian yang menjadi variabel bebas (*independent variable*) dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2) dan harga (X_3). Sedangkan variabel yang terikat (*dependent variabel*) dari penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y). Berdasarkan objek penelitian tersebut, dianalisis mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu, yang didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris dan sistematis.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian *deskriptif* dan *verifikatif* dengan pendekatan *kuantitatif*. Data *kuantitatif* adalah data yang berbentuk angka, atau data *kualitatif* yang diangkakan (*skorsing*). (Sugiyono, 2010:23). Menurut Sudjana (1992:4) data yang berbentuk bilangan disebut data *kuantitatif*, harganya berubah-ubah atau bersifat variabel. Dari nilainya, dikenal dua golongan data *kuantitatif* yaitu data *diskrit* dan data *kontinum*. Data *diskrit* adalah data yang diperoleh dari hasil menghitung atau membilang (bukan mengukur), sedangkan data *kontinum* adalah data yang

diperoleh dari hasil pengukuran. Data *kontinum* dapat dikelompokkan menjadi tiga yaitu: data Interval, interval dan rasio.

Metode *deskriptif* berfungsi untuk mendiskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteleti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2010:29). Melalui jenis penelitian *deskriptif* ini maka dapat diperoleh gambaran mengenai kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen di Catering Service Vindo Ny. Soewardono.

Sedangkan penelitian *verifikatif* merupakan penelitian yang bertujuan untuk memeriksa atau membuktikan kebenaran teori atau hasil penelitian lain yang dilakukan sebelumnya. Menurut Ulber Silalahi (2010:40) “Penelitian *verifikatif* merupakan penelitian yang bertujuan untuk memeriksa atau membuktikan kebenaran teori atau hasil penelitian lain yang dilakukan sebelumnya”. Berdasarkan jenis penelitian *deskriptif* dan *verifikatif*, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survai*. Menurut Masri dan Sofian (1997:3) penelitian *survai* adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Penelitian *survei* merupakan suatu teknik pengumpulan informasi yang dilakukan dengan cara menyusun daftar pertanyaan yang diajukan pada responden.

3.3 Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian ini meliputi dua variabel independent yaitu kualitas pelayanan sebagai (X1), kualitas produk sebagai (X2) dan harga sebagai

(X3), sedangkan kepuasan konsumen sebagai variabel independent (Y). Variabel-variabel tersebut digambarkan lebih jelas dalam table 3.1 berikut:

Tabel 3.1
Operasional Variabel

No	Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analitik	Skala Pengukuran
1	Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2004).	<i>Reliability</i> (keandalan)	• Tingkat kesuaian jumlah dengan pelayanan yang dibutuhkan konsumen	Interval
				• Tingkat kecepatan memberikan pelayanan	Interval
				• Tingkat kemampuan menyelesaikan pekerjaan	Interval
			<i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	• Tingkat kemampuan dalam menanggapi keluhan konsumen	Interval
				• Tingkat kesigapan dalam merespon permintaan pelanggan	Interval
			<i>Assurance</i> (jaminan)	• Tingkat kepercayaan konsumen terhadap kualitas pelayanan Catering Service Vindo Ny. Soewardono	Interval
				• Tingkat tanggungjawab terhadap tugas yang diberikan oleh perusahaan	Interval
				• Tingkat jaminan atas kualitas produk yang disajikan	Interval
			<i>Emphaty</i> (empati)	• Tingkat kepedulian terhadap konsumen	Interval
			<i>Tangible</i> (berwujud)	• Tingkat penampilan karyawan Catering Service Vindo Ny. Soewardono	Interval
• Tingkat kebersihan dan kenyamanan ruangan/gedung	Interval				
• Tingkat kelengkapan fasilitas operasional	Interval				

No	Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analitik	Skala Pengukuran
2	Kualitas produk (X2)	Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa pada kemampuan-nya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. a. Kotler & Armstrong (2008:272)	<i>Performance</i> (Kinerja produk)	• Tingkat tampilan produk (makanan dan minuman)	Interval
				• Tingkat kebersihan produk (makanan dan minuman)	Interval
				• Tingkat kesegaran produk (makanan dan minuman)	Interval
			<i>Reliability</i> (keandalan produk)	• Tingkat kualitas bahan baku produk (makanan dan minuman)	Interval
				• Tingkat kematangan produk (makanan)	Interval
			<i>Feature</i> (fitur Produk)	• Tingkat keamanan produk (makanan dan minuman)	Interval
				• Tingkat kemenarikan penyajian produk (makanan dan minuman)	Interval
				• Tingkat variasi produk (makanan dan minuman)	Interval
			<i>Durebility</i> (daya tahan)	• Tingkat kesesuaian standar kualitas produk (makanan dan minuman) yang dijanjikan	Interval
				• Tingkat daya tahan produk (makanan dan minuman)	Interval
				• Tingkat kesesuaian rasa produk	Interval
			<i>Conformance</i> (kesesuaian)	• Tingkat kesesuaian produk (makanan dan minuman) dengan standar yang ditetapkan	Interval
• Tingkat keramahan karyawan	Interval				
<i>Serviceability</i> (kemampuan diperbaiki)	• Tingkat kecepatan karyawan dalam menghadirkan produk	Interval			

No	Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analitik	Skala Pengukuran
			<i>Aesthetic</i> (keindahan tampilan produk)	• Tingkat aroma produk (makanan dan minuman)	Interval
			<i>Perceived quality</i> (kualitas yang dirasakan)	• Tingkat kesesuaian standar kualitas makanan yang dijanjikan	Interval
				• Tingkat penilaian pembeli terhadap produk	Interval
3	Harga (X3)	Harga adalah jumlah uang dan kemungkinan ditambah beberapa produk yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk pelayanannya. (Basu Swastha dan Irawan, 2001:241).	Tingkatan Harga	• Tingkat kesesuaian harga dengan manfaat	Interval
				• Tingkat kesesuaian harga dengan daya beli	Interval
				• Tingkat kesesuaian harga dengan ukuran produk	Interval
				• Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas produk	Interval
			Potongan Harga	• Tingkat tanggapan mengenai pengurangan dari harga yang ada.	Interval
				• Tingkat kesesuaian besarnya potongan.	Interval
4	Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. (Kotler, 2000)	Kualitas Pelayanan	• Tingkat kepuasan konsumen berdasarkan kualitas pelayanan.	Interval
			Kualitas Produk	• Tingkat kepuasan pembelian berdasarkan kualitas produk.	Interval
			Harga	• Tingkat kepuasan konsumen berdasarkan harga yang ditetapkan	Interval
			Emosional	• Tingkat kepuasan berdasarkan nilai sosial yang di dapatkan.	Interval
			Biaya	• Tingkat kepuasan berdasarkan biaya tambahan yang dikeluarkan	Interval

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Sumber Data

Dalam pengumpulan data digunakan dua macam data yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh periset untuk menjawab masalah risetnya secara khusus. Menurut Marzuki (2005:55) data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Data ini tidak tersedia karena memang belum ada riset sejenis yang pernah dilakukan atau hasil riset sejenis sudah kadaluwarsa.
2. Data sekunder adalah data yang telah di kumpulkan oleh pihak-pihak lain bukan oleh periset sendiri untuk tujuan yang lain. Periset sekedar mencatat, mengakses atau meminta data yang sudah ada untuk penelitian. Menurut Marzuki (2005:55) data sekunder yaitu data yang bukan di usahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti .

Untuk lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, maka penulis mengumpulkan dan menyajikan dalam tabel 3.2 sebagai berikut:

Tabel 3.2
Data Sekunder dan Data Primer

No	Data Penelitian	Jenis data	Sumber data
1	Daftar Nama Katering di Kota Bandung	Data Sekunder	Dinas Kesehatan Kota Bandung
2	Profil Perusahaan	Data Sekunder	Manajemen Catering Service Vindo Ny.Soewardono
3	Jumlah konsumen order tahun 2009-2011	Data Sekunder	Manajemen Catering Service Vindo Ny.Soewardono

No	Data Penelitian	Jenis data	Sumber data
4	Gambaran kualitas pelayanan Catering Service Vindo Ny.Soewardono	Data Primer	Konsumen Catering Service Vindo Ny.Soewardono
5	Gambaran kualitas produk Catering Service Vindo Ny.Soewardono	Data Primer	Konsumen Catering Service Vindo Ny.Soewardono
6	Gambaran harga Catering Service Vindo Ny.Soewardono	Data Primer	Konsumen Catering Service Vindo Ny.Soewardono
7	Gambaran kepuasan konsumen Catering Service Vindo Ny.Soewardono	Data Primer	Konsumen Catering Service Vindo Ny.Soewardono

3.5 Teknik pengumpulan data

Dalam pelaksanaan observasi di Catering Service Vindo Ny.Soewardono ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara merupakan metode yang digunakan untuk memperoleh informasi secara langsung, mendalam, tidak teratur dan individual.

b. Observasi

Mengadakan pengamatan secara langsung dan peninjauan secara langsung terhadap objek yang diteliti yaitu Catering Service Vindo Ny.Soewardono, khususnya mengenai kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen

c. Angket/Kuesioner

Menggunakan daftar pertanyaan secara tertulis yang dibagikan kepada responden yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti.

d. Studi Literatur

Teknik ini digunakan untuk mendapatkan data atau informasi yang jelas dan valid untuk melengkapi data dalam rangka analisis permasalahan yang

akanditeliti. Studi literatur berfungsi sebagai pembanding ataupun memperkuat informasi yang berkaitan dengan masalah dan analisis penelitian. Studi literatur ini meliputi penelahan buku-buku, jurnal, majalah, laporan ilmiah yang terdapat hubungannya dengan penelitian.

3.6 Populasi, Sampel Dan Teknik Sampling Penelitian

3.6.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi merujuk pada sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal dan yang membentuk masalah pokok dalam suatu riset khusus (Santoso dan Tjiptono, 2001).

Menurut Sugiyono (2005:90) mengatakan bahwa: “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang menjadikan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian (Arikunto, 1998:155). Sedangkan menurut Mudrajad Kuncoro (2003:103) mendefinisikan populasi sebagai kelompok elemen yang lengkap dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi obyek penelitian.

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa Catering Service Vindo Ny. Soewardono rata-rata pertahun sebanyak 325 konsumen.

3.6.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2007:62) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel merupakan bagian yang berguna bagi tujuan penelitian populasi dan aspek-aspeknya. Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil untuk diteliti.

Pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa populasi yang ada sangat besar jumlahnya, sehingga tidak mungkin untuk meneliti seluruh populasi yang ada, sehingga dibuat sampel sebagai perwakilan dari populasi.

Pengambilan sampel dapat dilakukan dengan menggunakan rumus *slovin* (Husain Umar, 2002:78) sebagai berikut:

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

Keterangan:

N = Ukuran populasi

n = Jumlah sampel yang diambil

e = 5% (tingkat kesalahan)

Adapun perhitungan jumlah sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini, yaitu :

Diketahui:

$$N = 325$$

$$e = 0,05$$

Maka :

$$n = \frac{325}{1 + 325(0,05)^2}$$

$$n = \frac{325}{1,8125}$$

$$n = 179,3103 \approx 180 \text{ Responden}$$

Jadi, sampel minimal yang diambil adalah sebanyak 179 responden. Untuk menjauhi kejadian-kejadian yang tidak diinginkan maka sampel yang diambil sebanyak 180 responden.

3.6.3 Teknik Sampling Penelitian

Menurut Sugiyono (2010:62) “Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel”. Teknik sampling yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Nonprobably Sampling*. *Nonprobably sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2010:66). Dalam *Nonprobably Sampling* terdapat berbagai cara dalam pengambilan sampel salah satunya adalah *Accidental Sampling*. Menurut Ulber Silalahi (2010:272) *Accidental Sampling* merupakan pemilihan sampel dari siapa saja yang kebetulan ada atau dijumpai oleh peneliti. Orang yang dipilih sebagai anggota dari sampel adalah siapa saja yang kebetulan ditemukan atau yang mudah ditemui atau dijangkau tanpa ada pertimbangan apapun.

3.7 Pengujian Instrumen penelitian

3.7.1 Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Sekiranya penelitian menggunakan kuesioner didalam

pengumpulan data penelitian, maka kuesioner yang disusunnya harus mengukur apa yang ingin diukur.

Rumus korelasi *product moment* :

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

Sumber : Sugiyono (2009:228)

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 distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam distribusi Y

N = Banyaknya responden

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut :

- Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item kuesioner tersebut dinyatakan valid.
- Apabila $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka dapat dikatakan item kuesioner dinyatakan tidak valid.

Hasil pengujian validitas untuk masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel 3.3 berikut ini

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas

Variabel	Subvariabel	Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
	Reliability	1	0.697	0,361	Valid
		2	0.551	0,361	Valid

Rura Nurhadian Nisa, 2012

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Catering Vindo Ny. Soewardono

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Variabel	Subvariabel	Butir	rhitung	rtabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	Responsibility	3	0.631	0,361	Valid
		4	0.608	0,361	Valid
		5	0.576	0,361	Valid
	Assurance	6	0.748	0,361	Valid
		7	0.572	0,361	Valid
		8	0.656	0,361	Valid
	Emphaty	9	0.553	0,361	Valid
		10	0.574	0,361	Valid
		11	0.793	0,361	Valid
	Tangible	12	0.674	0,361	Valid
		13	0.649	0,361	Valid
		14	0.755	0,361	Valid
Kualitas Produk (X2)	Performance	15	0.737	0,361	Valid
		16	0.726	0,361	Valid
		17	0.665	0,361	Valid
	Reliability	18	0.754	0,361	Valid
		19	0.579	0,361	Valid
		20	0.580	0,361	Valid
	Feature	21	0.680	0,361	Valid
		22	0.461	0,361	Valid
		23	0.625	0,361	Valid
	Durebility	24	0.670	0,361	Valid
		25	0.693	0,361	Valid
		26	0.727	0,361	Valid
	Conformance	27	0.695	0,361	Valid
		28	0.686	0,361	Valid
		29	0.614	0,361	Valid
	Serviceability	30	0.698	0,361	Valid
		31	0.564	0,361	Valid
		32	0.753	0,361	Valid
Aesthetic	33	0.675	0,361	Valid	
	34	0.734	0,361	Valid	
	35	0.697	0,361	Valid	
Perceived Quality	36	0.572	0,361	Valid	
	37	0.793	0,361	Valid	
	38	0.692	0,361	Valid	
Harga (X3)	Tingkat Harga	39	0.827	0,361	Valid
		40	0.702	0,361	Valid
		41	0.786	0,361	Valid
	Potongan Harga	37	0.793	0,361	Valid
		38	0.692	0,361	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Kualitas Pelayanan	39	0.827	0,361	Valid
	Kualitas Produk	40	0.702	0,361	Valid
	Harga	41	0.786	0,361	Valid
	Emosional	37	0.793	0,361	Valid
	Biaya	38	0.692	0,361	Valid

Sumber: Pengolahan Data Ms.Office Excel 2007 dan *PASWStatistik18*

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa variabel mempunyai $rhitung > rtabel$, sehingga dapat dikatakan bahwa semua konsep pengukuran variabel kualitas

pelayanan, kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih.

Reabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Perhitungan reabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Hal ini dikarenakan jenis data yang dipergunakan adalah data interval.

Menurut Sugiyono (2009:365) “pengujian reabilitas kuesioner penelitian dilakukan dengan menggunakan Rumus *Alpha Cronbach*, untuk mencari reliabilitas instrumen, misalnya angket”. Rumus Koefisien reabilitas *Alpha Cronbach*:

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

Sumber : (Suharsimi Arikunto, 2006:196)

Keterangan:

- r_{11} = Reabilitas instrumen
 k = Banyaknya bulir soal
 $\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians bulir
 $\sum t^2$ = Varians total

Rumus untuk varians lainnya:

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

Sumber : (Suharsimi Arikunto, 2006:184)

Keterangan :

Rura Nurhadian Nisa, 2012
 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Catering Vindo Ny. Soewardono

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

σ^2 = Varians total

$\sum x$ = Jumlah Skor

n = Jumlah responden

Keputusan pengujian reabilitas item instrumen, adalah:

1. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka dapat dikatakan item kuesioner dinyatakan reliabel.
2. Apabila $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka dapat dikatakan item kuesioner dinyatakan tidak reliabel.

Hasil perhitungan reliabilitas instrumen penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.4
Hasil Uji Reliabilitas :

	rhitung	rtabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0.756	0,361	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0.665	0,361	Reliabel
Harga (X3)	0.882	0,361	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0.907	0,361	Reliabel

Sumber: Pengolahan Data PASW 18

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) diperoleh nilai $r_{hitung} = 0.756$, kualitas produk (X2) diperoleh nilai $r_{hitung} = 0.665$, harga (X3) diperoleh $r_{hitung} = 0.882$ dan kepuasan konsumen (Y) diperoleh nilai $r_{hitung} = 0.907$. Hal ini berarti bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan demikian semua kuesioner dikatakan reliabel.

3.8 Teknik Analisis Data

Rura Nurhadian Nisa, 2012

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Catering Vindo Ny. Soewardono

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Analisa Data adalah proses penyederhanaan data dan penyajian data dengan mengelompokkan dalam suatu bentuk yang mudah dibaca dan diinterpretasi. (Ulber Silalahi, 2010:332).

Teknis analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik analisis regresi linear ganda. Dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan menggunakan skala pengukuran sematik. Skala pengukuran sematika adalah metode penulisan yang disusun dengan menggunakan rangkaian kata sifat yang bertentangan (bipolar) serta memiliki unsur evaluasi potensi unsur aktivitas. Dalam kerangka skala beda semantik, skoring dapat dilakukan dengan menggunakan empiris yaitu meneliti analisis faktor/konvensi, yaitu skor ditetapkan sendiri oleh peneliti.

3.8.1 Analisis Korelasi

Korelasi pearson product moment kegunaannya untuk mengetahui derajat hubungan dan kontribusi variabel bebas (independent) dengan variabel terkait(dependent). Korelasi *person product moment* dilambangkan (r) dengan ketentuan nilai r tidak lebih rendah dari harga ($-1 \leq r \leq +1$). Apabila:

Nilai $r = -1$, artinya korelasinya negatif sempurna

Nilai $r = 0$, artinya tidak ada korelasi

Nilai $r = 1$, artinya korelasinya sangat kuat

Penentuan koefisien korelasi dalam penelitian ini menggunakan rumus:

$$r = \frac{n\sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(n\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2) \cdot (n\sum y_i^2 - (\sum y_i)^2)}}$$

Sumber: Sugiyono (2010:228)

Keterangan:

Rura Nurhadian Nisa, 2012

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Catering Vindo Ny. Soewardono

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

r = Koefisien validitas item yang dicari

$\sum x_i y_i$ = Jumlah hasil skor x dan y setiap responden

$\sum x_i$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum y_i$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum x_i^2$ = Jumlah Kuadrat dalam skor distribudi X

$\sum y_i^2$ = Jumlah Kuadrat dalam skor distribudi Y

n = Banyaknya responden

Sugiyono (2010:231) untuk memberikan penafsiran terhadap korelasi yang ditemukan tersebut besar atau kecil, maka dapat dilihat ketentuannya pada tabel 3.5 berikut:

Tabel 3.5
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi terhadap Interpretasi Koefisien Korelasi

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

Sumber: Sugiyono (2010:231)

3.8.2 Uji Koefisiensi Determinasi

Koefisien determinasi yaitu angka yang menunjukkan besarnya derajat kemampuan yang menerangkan variabel bebas terhadap variabel terikat dari fungsi tersebut. Dengan cara simultan variabel X dan Y dapat dihitung dengan koefisien determinasi secara simultan.

Dalam analisis korelasi terdapat suatu angka yang disebut dengan koefisien determinasi, yang besarnya adalah kuadrat dari koefisien korelasi (r). (Sugiyono, 2009:231).

$$\text{Koefisien Determinasi} = r^2 \times 100\%$$

(Sumber: Sugiyono, 2007:275)

Untuk mengetahui kuat lemahnya pengaruh antar variabel, maka Guilford yang dikutip oleh (Sugiyono, 2008:184), untuk menjelaskan interpretasi koefisien regresi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.6
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Determinasi (GUILFORD)

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 – 1,000	Sangat kuat

(Sumber: Sugiyono, 2008:184)

3.8.3 Analisis Regresi Linier Ganda

Dalam suatu penelitian adalah mungkin bagi anda untuk memiliki lebih dari satu variabel independent yang digunakan untuk meramalkan satu variabel variabel dependent. Model analisa data yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat dan untuk menguji kebenaran dari dugaan sementara digunakan model sebagai berikut:

Persamaan Regresi Linier Ganda

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

Sumber: Sugiyono (2010:283)

Keterangan :

- Y = Kepuasan Konsumen
 X_1 = Kualitas Pelayanan
 X_2 = Kualitas Produk
 X_3 = Harga
a = Konstanta
 b_1 = Koefisien Regresi Kualitas Pelayanan
 b_2 = Koefisien Regresi Kualitas Produk
 b_3 = Koefisien Regresi Harga

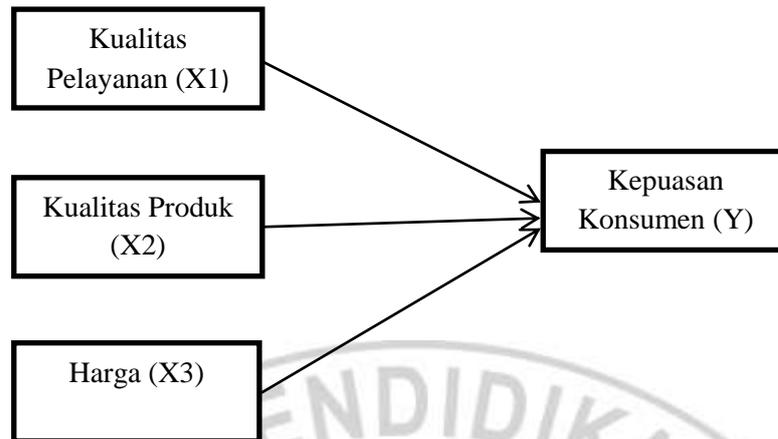
Untuk mencari koefisien regresi a, b_1 , b_2 , b_3 digunakan persamaan simultan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} 1. \quad & \sum x_1 Y = b_1 \sum x_1^2 + b_2 \sum x_1 x_2 + b_3 \sum x_1 x_3 \\ 2. \quad & \sum x_2 Y = b_1 \sum x_1 x_2 + b_2 \sum x_2^2 + b_3 \sum x_2 x_3 \\ 3. \quad & \sum x_3 Y = b_1 \sum x_1 x_3 + b_2 \sum x_2 x_3 + b_3 \sum x_3^2 \\ & a = Y - b_1 x_1 - b_2 x_2 - b_3 x_3 \end{aligned}$$

Sumber: Sugiyono (2010:283)

3.9 Pengujian Hipotesis

Objek penelitian yang menjadi variabel bebas atau independent variabel yaitu kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2) dan harga (X_3) sedangkan variabel dependent adalah kepuasan konsumen (Y). Adapun yang menjadi hipotesis utama dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen Catering Service Vindo Ny. Soewardono. Hipotesis tersebut digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.1
Model Regresi

3.9.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independent secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Uji t yaitu untuk menguji kemaknaan koefisien regresi parsial.

Untuk uji hipotesis, dilakukan uji t statistik dengan rumus:

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

Sumber : Sugiyono (2010:230)

Keterangan:

t = Nilai t

r = Nilai koefisien korelasi

n = Jumlah sampel

Kaidah pengambilan keputusan, adalah:

1. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat hubungan yang positif.

2. Apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti terdapat hubungan negatif.

3.9.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui antara variable bebas terhadap variable terikat secara keseluruhan (stimultan). Pengujian signifikansi terhadap koefisien korelasi ganda dapat menggunakan rumus:

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

Sumber: Sugiyono (2010:235)

Keterangan:

F = Nilai simultan yang akan dicari

k = Jumlah variabel independen (bebas)

n = Jumlah sampel

R = Nilai koefisien korelasi ganda

Kaidah pengambilan keputusan :

1. Apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya koefisien korelasi ganda yang ditemukan adalah signifikan.
2. Apabila nilai $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya koefisien korelasi ganda yang ditemukan adalah tidak signifikan.

Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerima/penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

1. $H_0 : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Catering Service Vindo Ny. Soewardono.
 $H_0 : \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Catering Service Vindo Ny. Soewardono.
2. $H_0 : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Catering Service Vindo Ny. Soewardono.
 $H_0 : \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Catering Service Vindo Ny. Soewardono.
3. $H_0 : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh antara harga terhadap kepuasan konsumen di Catering Service Vindo Ny. Soewardono.
 $H_0 : \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara harga terhadap kepuasan konsumen di Catering Service Vindo Ny. Soewardono.
4. $H_0 : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen di Catering Service Vindo Ny. Soewardono.
 $H_0 : \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen di Catering Service Vindo Ny. Soewardono.