

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2008:59), variabel independent atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab berubahnya atau timbulnya variable dependent (terikat). Variabel independent (bebas) adalah kualitas pelayanan (X_1) dengan dimensinya *tangibles, responsive, reliability assurance, dan empathy*. Selain itu terdapat variable bebas yang kedua atau (X_2) yaitu nilai konsumen yang dibentuk oleh dimensi Nilai Manfaat: Produk, Pelayanan, Karyawan dan Citra dan Biaya Pengorbanan: Moneter, Waktu, Energi dan Mental/Psikologis. Variabel intervening kepuasan yang menghubungkan antara variable independent dan variable dependent yaitu kepuasan konsumen yang terdiri dari Ekspektasi konsumen dan Persepsi konsumen. Sedangkan menurut Uma Sekaran (2006:116), variable terikat merupakan variable utama yang menjadi factor yang berlaku dalam investigasi, analisis ini untuk menemukan jawaban atau solusi. Variabel dependent terikat (Y) yaitu penciptaan loyalitas konsumen yang terdiri dari Melakukan pembelian ulang, Jumlah pembelian yang tinggi, Setelah konsumen mengkonsumsi maka akan merekomendasikan pada orang lain, dan kekebalan terhadap pesaing.

Objek dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa Restoran Bakso yang penulis teliti yaitu Restoran Bakso Kumis, Restoran Bakmi ABG, Restoran Bakso Lapangan Tembak Senayan. Berdasarkan objek penelitian

tersebut, dianalisa mengenai pengaruh kualitas pelayanan, dan nilai konsumen terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen.

3.2 Metode Penelitian

Secara umum metodologi penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Terdapat empat kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data tujuan, kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris dan sistematis. Rasional itu berarti kegiatan penelitian dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengetahui cara-cara digunakan. Sistematis artinya proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis. Walaupun langkah-langkah penelitian antara metode kuantitatif, kualitatif dan R & D berbeda tapi semuanya sistematis.

Setelah data terkumpul dari lapangan, selanjutnya dilakukan pengolahan terlebih dahulu (editing dan konversi data) agar data yang tersebar luas dalam item-item kuisisioner dapat dibuat lebih ringkas dan lebih sederhana dengan bantuan Program SPSS . Selanjutnya, analisis dilakukan agar data mentah yang didapat dari lapangan mempunyai arti dan makna sehingga dapat menjawab permasalahan yang diajukan. Dengan demikian, analisis data dalam studi ini dilakukan dengan:

Metode penelitian kuantitatif deskriptif, yang bertujuan menggambarkan kepada pembaca dan mengungkapkan suatu masalah, keadaan, dan peristiwa sebagai adanya mengungkapkan fakta secara lebih mendalam mengenai loyalitas konsumen terhadap terjadinya kualitas pelayanan dan nilai konsumen restoran bakso dikota Bandung.

“Penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan menggunakan model matematik, statistik atau komputer” (Muhammad, 1998, p.3). Penelitian ini diarahkan untuk menggambarkan dan mengungkapkan suatu masalah, keadaan, peristiwa secara sistematis untuk mengungkapkan fakta secara lebih mendalam mengenai loyalitas konsumen terhadap terjadinya kualitas pelayanan dan nilai konsumen restoran bakso dikota Bandung kepada pembaca.

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). Metode penelitian analisis statistik deskriptif yakni untuk menggambarkan keadaan faktor-faktor yang menggambarkan pengaruh kualitas pelayanan, nilai konsumen, kepuasan dan loyalitas konsumen restoran Bakso di Kota Bandung juga memakai metode analisis statistik diferensial yakni untuk melihat pengaruh di antara variabel-variabel yang tengah diteliti. Untuk tujuan analisis 100 data dan pengujian hipotesis, digunakan taraf signifikansi sebesar 5%.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek / sebyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut.

Menurut Sugiyono (2008:115) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karateristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Sedangkan Uma Sekaran (2006:122) menyatakan “Populasi merupakan kumpulan semua elemen dalam populasi dimana sampel diambil”.

Berdasarkan pengertian di atas, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen restoran yang penulis teliti yaitu restoran bakso kumis, restoran bakmi ABG, dan restoran bakso lapangan tembak senayan yang berkunjung pada akhir bulan tahun 2009.

3.3.2 Sampel

Sugiyono (2008:116) mengemukakan pengertian sampel sebagai berikut “Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto (2002:109) mendefinisikan sampel sebagai berikut “Sampel adalah sebagian wakil populasi yang diteliti”. Donald R. Cooper dan Pamela S. Schindler (2006:83) mendefinisikan “Sampel adalah sebagian dari populasi yang terdiri dari atas anggota yang dipilih dari populasi”.

Penulis tidak meneliti seluruh populasi akan tetapi diambil sampel yang representatif. Menurut Sugiyono (2008:116) “Bila populasi besar dan peneliti tidak dapat mempelajari semua yang ada maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut”.

Berdasarkan pengertian di atas peneliti menggunakan teknik sampling jenis *sampling accidental*. Menurut Sugiyono (2007:67) *sampling accidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok dengan sumber data.

Menurut pendapat Gay yang dikutip oleh Umar (2000:147) mengemukakan bahwa porsi sampling pada penelitian dilakukan dengan mengambil desain sampel deskriptif yaitu minimal (10%) dari populasi.

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

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = bounded of error

Berdasarkan data restoran bakso yang sudah diperoleh dari Disbudpar Kota Bandung jumlah restoran bakso yang terdaftar selama tahun 2009 adalah sebanyak 12 restoran. Penulis mengambil 3 restoran bakso yaitu Restoran Bakso Kumis, Restoran Bakso Lapangan Tembak Senayan dan Restoran Bakmi ABG. Penulis akan mengambil populasi dari jumlah konsumen yang datang pada setiap restoran bakso yang diteliti.

Tabel 3.1
Populasi Konsumen

Nama Restoran	Jumlah Populasi
Restoran Bakso Kumis	2239
Restoran Bakso Lapangan Tembak Senayan	3049
Restoran Bakmi ABG	1921
TOTAL	7209

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

$$n = \frac{7209}{1 + 7209(0.10)^2}$$

$$n = \frac{7209}{1 + 72.09}$$

$$n = \frac{7209}{73.09}$$

$$n = 98,63 \approx 100$$

1. Bakso Kumis : $\frac{2239}{7209} \times 100 = 31$
2. Bakso Lapangan Tembak Senayan : $\frac{3049}{7209} \times 100 = 43$
3. Bakmi ABG : $\frac{1921}{7209} \times 100 = 26$

Sampel yang harus diteliti oleh penulis dari ketiga restoran bakso adalah sebanyak 100 orang.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Variabel adalah konsep tentang sesuatu yang berubah-ubah dan punya kategori, nilai yang dapat berubah-ubah. Variabel masalah dalam penelitian pada Restoran Bakso sekota Bandung ini adalah *Quality Services* dan *Costumer Value*

sebagai variabel Independent, *Costumers Satisfactions* sebagai variabel intervening dan *Costumers Loyalty* sebagai Variabel dependent. Variabel-variabel tersebut digambarkan lebih jelas pada table berikut ini:

Tabel 3.2

OPERASIONAL VARIABEL PENELITIAN

Variabel	Konsep Teori	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Skala
Kualitas Pelayanan (X1)	Tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen (Fandy Tjiptono 2005:273)	Jumlah skor berdasarkan dimensi:		
	Berbentuk fasilitas fisik peralatan yang akan memberikan bayangan kepada konsumen atas jasa yang akan diterimanya	<i>Tangibles</i> (Fasilitas Fisik)	<ul style="list-style-type: none"> • daya tarik fasilitas operasional restoran Bakso, • daya tarik tata ruang, desain interior dan desain eksterior Restoran Bakso • daya tarik penampilan karyawan Restoran Bakso • daya tarik kelengkapan fasilitas operasional Restoran Bakso 	Skala Likert
	Keinginan karyawan dalam membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan secara cepat.	<i>Responsiveness</i> (Cepat tanggap)	<ul style="list-style-type: none"> • Kemampuan para karyawan dalam melayani kebutuhan para pengunjung • Kecapatan para karyawan dalam melayani kebutuhan para pengunjung • Kesigapan para karyawan dalam melayani kebutuhan para pengunjung 	Skala Likert
	Kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang	<i>Realibility</i> (kehandalan)	<ul style="list-style-type: none"> • Kehandalan karyawan dalam menangani masalah konsumen 	Skala Likert

	dijanjikan dengan segera.		<ul style="list-style-type: none"> • Keakuratan Pelayanan yang diberikan • Ketepatan menyediakan makanan dan minuman sesuai yang dijanjikan 	
	Berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji	<i>Assurance</i> (Jaminan)	<ul style="list-style-type: none"> • Kepercayaan Konsumen terhadap restoran Bakso • Kebersihan produk yang disajikan • Keamanan yang diberikan restoran Bakso Kumis • Konsistensi Bakso Kumis dalam memberikan pelayanan yang terbaik pada konsumen 	Skala Likert
	Kesediaan karyawan dan pengusaha peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan.	<i>Emphaty</i> (Kemudahan)	<ul style="list-style-type: none"> • Pemahaman karyawan terhadap kebutuhan konsumen • Perhatian personal karyawan terhadap konsumen • Ketepatan jam operasi perusahaan sesuai dengan yang diperlukan oleh konsumen 	Skala Likert
Costumer Value (X2)	nilai pelanggan adalah selisih nilai pelanggan total dan biaya pelanggan total. Kotler (2005:103)	Jumlah skor berdasarkan dimensi:		
	nilai pelanggan total adalah sekumpulan manfaat yang diharapkan oleh pelanggan dari produk atau jasa tertentu	Nilai Manfaat: <ul style="list-style-type: none"> • Produk • Pelayanan • Karyawan • Citra 	<ul style="list-style-type: none"> • Penilaian pelanggan terhadap produk. • Penilaian pelanggan terhadap pelayanan. • Penilaian pelanggan terhadap pelayanan karyawan. • Penilaian pelanggan terhadap citra penyedia jasa. 	Skala Likert

	biaya pelanggan total adalah sekumpulan biaya yang diharapkan oleh konsumen yang dikeluarkan untuk mengevaluasi, mendapatkan, menggunakan dan membuang produk atau jasa.	Biaya Pengorbanan: <ul style="list-style-type: none"> • Moneter • Waktu • Energi • Mental/Psikologis 	<ul style="list-style-type: none"> • harga aktual yang harus dibayar pelanggan untuk mendapatkan sebuah produk dan pelayanan. • biaya waktu yang merupakan waktu yang dihabiskan untuk memperoleh produk dan pelayanan. • biaya energi yang dikeluarkan untuk memperoleh produk dan pelayanan. • biaya psikis yang merupakan energi mental yang dikeluarkan pelanggan untuk memperoleh produk dan pelayanan. 	Skala Likert
Customer Satisfaction (X3)	tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas jasa atau kinerja produk yang diterima dan diharapkannya (Kotler dalam Tjiptono 2000: 131).	<ul style="list-style-type: none"> • Kinerja keseluruhan produk dan pelayanan yang diterima sesuai dengan ekspektasi dan persepsi konsumen 	<ul style="list-style-type: none"> • keseluruhan produk dan pelayanan yang diterima sesuai dengan ekspektasi konsumen • keseluruhan produk dan pelayanan yang diterima sesuai dengan persepsi konsumen 	Skala Likert
Customer Loyalty (Y)	Suatu pembelian ulang yang dilakukan oleh seorang pelanggan karena komitmen pada suatu merek dan perusahaan. Kotler (2005, p.18)	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan pembelian ulang. • Jumlah pembelian yang tinggi. • Setelah konsumen mengkonsumsi maka akan merekomendasikan pada orang lain. • Kekebalan terhadap pesaing. 	<ul style="list-style-type: none"> • Frekuensi pembelian produk ulang. • Kecenderungan pembelian produk. • Tingkat pengaruh kepada konsumen lain. • Tingkat kekebalan tawaran restoran lain. 	Skala Likert

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam pelaksanaan observasi di Restoran Bakso dikota Bandung ini memakai teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Melakukan Pengamatan/Observasi

Observasi sebagai tehnik pengumpulan data mempunyai cirri yang spesifik bila dibandingkan dengan tehnik yang lain. Sutrisno Hadi (1986) mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses pengamatan dan ingatan.

Dalam melakukan observasi ini penulis datang langsung ketempat penelitian. Penulis melakukan observasi bersifat non-partisipan maka dalam observasi penulis hanya bersifat sebagai pengamat independen. Di tempat penelitian penulis mengamati tempat, produk, dan jalannya oprasional yang sedang berlangsung di restoran bakso dikota Bandung diantaranya Restoran Bakso Kumis, Restoran Bakmi ABG, Restoran Bakso Lapangan Tembak Senayan.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan sebagai tehnik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi permasalahan yang harus diteliti. Tehnik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau self report. Wawancara yang dilakukan oleh penulis dilakukan secara langsung. Responden yang penulis wawancarai yaitu owner yang memegang manajemen di setiap sampel restoran

bakso. Wawancara dilakukan secara terstruktur, penulis mempersiapkan daftar pertanyaan yang akan ditanyakan.

3. Angket (Kuisisioner)

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Penulis membuat 100 kuisisioner untuk dibagikan kepada konsumen yang datang pada setiap restoran bakso. Tujuannya agar penulis mengetahui bagaimana faktor kualitas pelayanan dan nilai konsumen terhadap loyalitas konsumen sangat berpengaruh pada keinginan konsumen dan dapat diatasi dengan menanyakan apa yang dirasakan dan didapat oleh konsumen di restoran bakso dikota Bandung.

4. Studi Literatur

Studi literatur adalah studi atau teknik pengumpulan data dengan cara memperoleh dan mengumpulkan data dari buku-buku, laporan, majalah dan lain-lain yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini penulis mencari mngumpulkan data-data dan teori dari sumber buku-buku dan laporan.

3.6 Jenis dan Sumber Data

(Suharsimi Arikunto, 2006:129) Sumber data penelitian ini adalah sumber data yang diperlukan untuk penelitian baik diperoleh secara langsung (data primer) maupun tidak langsung (data sekunder) yang berhubungan dengan objek penelitian. Menurut Hermawan (2005:168) berdasarkan sumbernya, data dibedakan 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 atau observasi.

2. Data Sekunder (*Secoundary Data Source*)

Data sekunder merupakan struktur data historis mengenai variable-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain. Sumber data sekunder bias diperoleh dari dalam suatu perusahaan (sumber internal), berbagai website di internet, perpustakaan umum maupun lembaga pendidikan, atau dari lembaga dinas pemerintah.

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

Tabel 3.3

Jenis dan Sumber Data

No	Jenis Data	Sumber Data
Data Sekunder		
1.	Jumlah usaha restoran, rumah makan dan café di Kota Bandung	DISBUDPAR Kota Bandung 2009
2.	Jumlah pengunjung Restoran Bakso Kumis selama tahun 2009	Manajemen Restoran Bakso Kumis
3.	Jumlah pengunjung Restoran Bakmi ABG selama tahun 2009	Manajemen Bakmi ABG

4.	Jumlah pengunjung Restoran Bakso Lapangan Tembak Senayan selama tahun 2009	Manajemen Restoran Bakso Lapangan Tembak Senayan
5.	Profil Perusahaan Restoran Bakso Kumis	Manajemen Restoran Bakso Kumis
6.	Profil Perusahaan Restoran Bakmi ABG	Manajemen Bakmi ABG
7.	Profil Perusahaan Restoran Lapangan Tembak Senayan	Manajemen Restoran Bakso Lapangan Tembak Senayan
Data Primer		
1.	Tanggapan konsumen mengenai loyalitas terhadap Restoran Bakso Kumis	Konsumen Restoran Bakso Kumis
2.	Tanggapan konsumen mengenai loyalitas terhadap Restoran Bakmi ABG	Konsumen Bakmi ABG
3.	Tanggapan konsumen mengenai loyalitas terhadap Restoran Bakso Lapangan Tembak Senayan	Konsumen Restoran Bakso Lapangan Tembak Senayan

3.7 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

3.7.1 Uji Validitas

Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Menurut Sugiyono (2007:348), instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel. Jadi instrumen yang valid dan

reliabel merupakan syarat untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel.

Uji validitas yang dilakukan bertujuan untuk menguji sejauh mana kuisisioner yang valid dan mana yang tidak. Menurut Suharsimi Arikunto, (1993: 225) dalam Sambas Ali Muhidin (2007:31), yaitu:

Untuk menghitung kolerasi antara pernyataan kesatu dengan skor total instrumen tersebut maka penghitungannya menggunakan rumus Kolerasi Produk Moment dari Karl Person.

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

Sambas Ali (2007:31)

Dimana:

r = Koefisien item validitas yang dicari

n = Banyaknya responden

x = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

y = Skor total

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

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

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

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Jika nilai r hitung lebih besar atau sama dengan (\geq) nilai r table, maka item instrument dinyatakan valid.

2. Jika nilai r hitung lebih kecil ($<$) dari nilai r table, maka instrument dinyatakan tidak valid.

Validitas instrumen dilakukan dengan bantuan program *Microsoft Excel 2007 for windows*.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2007:354), pengujian reliabilitas dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan menggunakan *re-test (stability)*, *equivalent*, dan gabungan keduanya.

Setelah harga-harga diperoleh maka dengan teknik kolerasi produk moment dapat dihitung harga r_1 sebagai harga untuk mengukur reliabilitas instrument terhadap loyalitas konsumen di Restoran Bakso Kumis, Restoran Bakso Lapangan Tembak Senayan dan Restoran Bakmi ABG. Pengujian reliabilitas kuisioner penelitian dilakukan dengan menggunakan rumus Alpha Cornbach. Alpha digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian (Suharsimi Arikunto 2006:196).

Koefisien Alpha Cornbach (C_α) merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrument penelitian. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika *koefisien alpha cornbach* lebih besar atau sama dengan 0,70 (Hair, Anderson, Tatham & Balck, 1998:88). Rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas, yaitu:

$$r_{11} = \left[\frac{n}{n-1} \right] \cdot \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right]$$

Sambas Ali (2007:38)

Dimana:

r_{11} = Reliabilitas instrument/koefisien Alfa

n = Banyaknya bulir soal

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

σ_i^2 = Varian total

N = Jumlah responden

Sedangkan rumus variannya adalah:

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

Sambas Ali (2007:38)

Dimana:

σ^2 = Varian total

$\sum X$ = Jumlah total

N = Jumlah responden

Setelah diperoleh harga r_i hitung, selanjutnya untuk dapat diputuskan instrumen tersebut *reliable* atau tidak, maka harga tersebut dikonsultasikan dengan r_{tables} dengan taraf kesalahan 5%. Jika r_i hitung lebih besar dari r_{table} untuk taraf kesalahan 5%, maka dapat disimpulkan instrument loyalitas konsumen tersebut reliabel dan dapat digunakan untuk penelitian, perhitungan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan menggunakan program *Microsoft Excel 2007 for windows*.

3.8 Teknik Pengolahan Data

Data yang telah terkumpul sebelum digunakan didalam analisis data harus diolah terlebih dahulu, adapun teknik pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menyeleksi data, yaitu untuk melihat atau memeriksa kesempurnaan, kejelasan dan benar atau tidaknya cara pengisian angket oleh responden.
2. Mentabulasi data, yaitu suatu proses merubah data mentah dari responden menjadi data yang bermakna. Data yang telah dikelompokkan kemudian dimasukkan ke dalam tabel-tabel untuk dihitung berdasarkan aspek-aspek yang dijadikan variabel penelitian untuk memudahkan dalam menganalisis data.
3. Menghitung ukuran-ukuran karakteristik berdasarkan variabel-variabel penelitian
4. Menganalisis data berdasarkan metode statistik yang telah dirancang
5. Melakukan pengujian hipotesis yang telah digunakan dalam penelitian ini
6. Membuat laporan penelitian.
7. Menarik kesimpulan dan saran.

3.9 Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul, kemudian dilakukan analisis secara kuantitatif. Bertujuan untuk menghasilkan data deskriptif, maka dari itu penulis menggunakan metode pengumpulan data dengan skala pengukuran likert.

Dalam penelitian ini data bersifat ordinal, maka agar dapat diolah dengan menggunakan analisis faktor (yang mensyaratkan penggunaan data berskala minimal interval) dinaikan skala pengukurannya ke skala interval dengan

menggunakan *Metode Successive Interval* agar syarat minimal data berskala interval dapat terpenuhi dengan mempergunakan analisis berganda.

Adapun langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Hitung frekuensi untuk masing-masing kategori respon,
2. Tentukan nilai proporsi untuk masing-masing kategori respon,
3. Jumlahkan nilai proporsi kumulatif untuk masing-masing kategori respon,
4. Diasumsikan proporsi kumulatif (PK) mengikuti distribusi normal baku, maka untuk setiap nilai PK (untuk masing-masing kategori respon akan didapatkan nilai Z dari table normal baku). Hitung nilai densitas $f(Z)$ untuk masing-masing nilai Z,
5. Hitung SV (*Scale Value*) masing-masing kategori respon, yaitu sebagai berikut:

$$\text{NilaiSkala(NS)} = \frac{\text{DensitasBatasBawah(DBB)} - \text{DensitasBatasAtas(DBA)}}{\text{LuasanBatasAtas(LBA)} - \text{LuasanBatasBawah(LBB)}}$$

6. Untuk memudahkan interpretasi, posisi awal diberi nilai skala 1 (satu) kemudian bobot pada kategori respon lainnya disesuaikan (*adjusted*).

Setelah data ditransformasikan dari skala ordinal ke skala interval maka dapat langsung diuji dengan menggunakan teknik analisis regresi untuk menguji pengaruh variabel X terhadap Y.

3.9.1 Menentukan Persamaan Regresi Linier Ganda dan Sederhana

Menurut Sugioyono (2005: 210), regresi linier berganda digunakan oleh peneliti bila penelitian bermaksud meramalkan keadaan (naik turunnya) variable

dependen, bila dua variable independent sebagai factor predictor dimanipulasi (naik turunnya nilai). Regresi sederhana, adalah bentuk regresi dengan model yang bertujuan untuk mempelajari hubungan antara dua variabel, yakni variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Regresi linear merupakan suatu metode analisis statistik yang mempelajari pola hubungan antara dua atau lebih variabel. Pada kenyataan sehari-hari sering dijumpai sebuah kejadian dipengaruhi oleh lebih dari satu variabel, oleh karenanya dikembangkanlah analisis regresi linier berganda.

Di dalam penelitian ini mempunyai dua variabel independen, satu variabel intervening dan satu variabel dependen maka teknik yang digunakan oleh peneliti adalah dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dan regresi sederhana yaitu:

Menentukan hubungan antara variable intervening (X_3) dengan variabel independen (X_1, X_2) dan hubungan antara variabel dependen (Y) dengan variabel intervening (X_3) dengan bentuk model yang digunakan adalah sebagai berikut:

Regresi Berganda

Sugiyono (2007: 275)

1. Persamaan I

$$Y = \alpha + b_1 x_1 + b_2 x_2 + e$$

Y = Kepuasan Konsumen

X_1 = Kualitas Pelayanan

α = konstanta

b_1, b_2 = koefisien regresi

X_2 = Nilai bagi konsumen

Regresi Sederhana

2. Persamaan II

$$Y = a + b_1 x_1$$

Y = Loyalitas Konsumen

a = konstanta

b_1 = koefisien regresi

X_1 = Kepuasan Konsumen

Untuk menghitung a, b_1 , b_2 dapat menggunakan persamaan sebagai berikut:

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

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

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

Sugiyono (2007: 278)

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

$$R_{YX_1X_2} = \sqrt{\frac{r_{YX_1}^2 + r_{YX_2}^2 - r_{YX_1}r_{YX_2} + r_{X_1X_2}}{1 - r_{X_1X_2}^2}}$$

Sugiyono (2007: 233)

Dimana:

$R_{YX_1X_2}$ = Kolerasi antara variabel X_1 dengan variabel X_2 secara bersama-sama dengan variabel Y

r_{xy} = Kolerasi Produk Moment antara X_1 dengan Y

r_{yx1} = korelasi produk moment antara X_2 dengan Y

r_{yx2} = kolerasi produk moment antara X_1 dengan X_2

$r_{x1 x2}$ = Kolerasi Produk Moment antara X_1 dengan X_2

Dari data di atas rumus yang paling sederhana untuk menghitung kolerasi produk moment yaitu:

Di mana:

R_{xy} = kolerasi antar variabel X dan Y

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

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

Setelah diadakannya pengujian yang signifikan terhadap kolerasi ganda, maka selanjutnya untuk uji signifikan koefisien kolerasi ganda di cari F dulu kemudian dibandingkan dengan F dimana untuk mencari F dapat dilakukan dengan menggunakan rumus, sebagai berikut:

Dimana:

R = Koefisien kolerasi ganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

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

Tabel 3.4

Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Kolerasi

Koefisien Kolerasi	Klasifikasi
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

3.10 Pengujian Hipotesis

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

Objek penelitian yang menjadi variabel bebas atau independent variable yaitu kualitas pelayanan (variabel X_1) dan Nilai Konsumen (variabel X_2), Kepuasan Konsumen sebagai (variabel intervening X_3), dan variabel dependent adalah loyalitas konsumen (variabel Y), dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diujii, maka uji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi linier berganda untuk keempat variabel tersebut.

Adapun yang menjadi hipotesis utama dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan nilai konsumen terhadap kepuasan konsumen, kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen Restoran Bakso di kota Bandung.

3.10.1 Pengujian Koefisien Determinasi

Rumus Uji Determinasi

$$R^2 = \frac{b_1 X_1 Y + b_2 X_2 Y}{V_2}$$

Sudjana (1996: 368)

Koefisien Determinasi (uji R^2) merupakan proporsi atau persentase dari total variasi (Y) yang dijelaskan oleh garis regresi. Koefisien regresi merupakan angka yang menunjukkan besarnya derajat kemampuan atau distribusi variabel bebas dalam menjelaskan atau menerangkan variabel terikatnya didalam fungsi

yang bersangkutan. Besar nilai R^2 diantara nol dan satu maka ($0 < R^2 < 1$) dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika nilai R^2 nya semakin mendekati angka 1, maka model tersebut baik dan tingkat kedekatan antara variabel bebas dan terikat semakin dekat pula.
2. Jika semakin menjauhi angka 1, maka hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat tidak mendekati

3.10.2 Pengujian Koefisien Regresi secara Simultan (Uji F)

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

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

Untuk menerima atau menolak hipotesis H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan menolak H_0 jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$. Tingkat kesalahan yang digunakan sebesar 5% atau 0,05 pada taraf signifikan 95%.

3.10.3 Pengujian Koefisien Regresi secara Parsial (Uji t)

Untuk uji hipotesis, dilakukan uji t statistik dengan rumus:

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

Sugiyono (2007: 230)

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

Uji t bertujuan untuk menguji tingkat signifikan dari setiap variabel bebas (X_1 dan X_2) terhadap (X_3) juga (X_3) secara parsial terhadap variabel terikat (Y). Kriteria untuk menolak atau menerima hipotesis, pada tingkat kesalahan yang digunakan sebesar 5% atau 0,05, pada taraf signifikan 95% adalah:

1. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan menolak H_a yang artinya koefisien kolerasi berganda yang dihitung tingkat signifikan.
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan menerima H_a yang artinya koefisien kolerasi berganda yang dihitung tingkat signifikan dan menunjukkan terdapat pengaruh secara parsial.

