

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis pengaruh kinerja kualitas pelayanan melalui *seven remancing moment* terhadap Pembelian Ulang pada restoran Hoka Hoka Bento cabang Setiabudi Bandung. Objek penelitian yang menjadi variabel bebas atau *independent variable* yaitu kinerja kualitas pelayanan melalui *Seven Remancing Moment (X)* dengan indikator *irasshaimase*, *mobile service*, pembayaran di kasir, *greeting customer*, menawarkan dan mengantarkan menu, *take away*, *arigato gozaimasu*. Kemudian variabel yang terikat atau *dependent variable* adalah pembelian ulang (Y).

Objek penelitian yang dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Hoka Hoka Bento cabang Setiabudi Bandung. Menurut manajer pemasaran Hoka Hoka Bento, cabang Setiabudi merupakan sentral dari seluruh cabang yang ada dan juga merupakan *icon* Hoka Hoka Bento yang ada di Bandung sehingga cukup mewakili keseluruhan cabang yang ada di Bandung. Penelitian ini dilaksanakan pada kurun waktu kurang dari satu tahun yaitu selama dua bulan mulai dari Oktober 2008 – Desember 2008, maka metode yang digunakan adalah *cross sectional method*, yaitu satu jenis rancangan riset yang terdiri dari pengumpulan informasi mengenai sampel tertentu dari elemen populasi hanya satu kali (Narech K. Malhotra, 2005: 95).

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Penelitian ilmiah merupakan suatu rangkaian proses penelitian terhadap suatu fenomena objek yang diteliti secara sistematis yang dapat memecahkan masalah dari fenomena tersebut, dengan menggunakan suatu metode penelitian.

Berdasarkan variabel yang diteliti maka jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dan verifikatif. Narech K. Malhotra (2005:93) menjelaskan bahwa Riset deskriptif adalah "Satu jenis riset konklusif yang mempunyai tujuan utama menguraikan suatu, biasanya karakteristik atau fungsi pasar". Sedangkan M.Budyantha (2006: 4) mengemukakan bahwa:

Metode deskriptif menyajikan satu gambaran yang terperinci tentang suatu situasi khusus. Penelitian secara deskriptif bertujuan menggambarkan secara tepat sifat-sifat suatu individu, keadaan, gejala, atau kelompok tertentu, atau untuk menentukan frekuensi atau penyebaran suatu gejala atau hubungan tertentu antara satu gejala dengan gejala lainnya.

Melalui penelitian deskriptif ini, maka dapat diperoleh gambaran mengenai program layanan *seven romancing moments* (X) dengan indikator *irasshaimase*, *mobile service*, pembayaran di kasir, *greeting customer*, menawarkan dan mengantarkan menu, *take away*, *arigato gozaimasu*. dan pembelian ulang (Y).

Sifat verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, dimana dalam penelitian ini akan diuji apakah terdapat pengaruh antara kinerja kualitas pelayanan melalui *seven romancing moments* terhadap pembelian ulang pada restoran Hoka Hoka Bento Bandung. Berdasarkan jenis penelitiannya, yakni deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian yang

akan digunakan adalah metode *explanatory survey*. Survei informasi dari sebagian populasi (sampel responden) dikumpulkan langsung ditempat kejadian secara empirik, dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Seperti yang terungkap di dalam objek penelitian, bahwa pokok masalah yang diteliti adalah bersumber pada dua hal yaitu kinerja kualitas pelayanan melalui *seven romancing moments* variabel bebas/*independent variable* (X) serta pembelian ulang sebagai variabel tak bebas/*dependent variable* (Y) pada restoran Hoka Hoka Bento. Definisi operasionalisasi variabel penelitian akan disajikan pada Tabel 3.1

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Kualitas pelayanan melalui <i>sevent romancing moments</i> (x)		Program layanan <i>sevent romancing moments</i> adalah tindakan yang dilakukan penyedia jasa dalam menyampaikan layanan pokok dari mulai tamu datang sampai dengan meninggalkan restoran, dan merupakan saat-saat perjumpaan antara karyawan kontak dengan customer pada waktu mereka menyampaikan layanan..(Prosedur Service Hoka Hoka Bento:1)				
	Daya tanggap (<i>responsiveness</i>)	Berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan menyambut tamu, memberikan respon yang positif terhadap kehadiran mereka dengan pelayanan yang baik dan ramah.	<i>Irasshaimase (Greeting)</i> 1) Menyambut tamu 2) Menyapa tamu	1) Tingkat Keramahan Petugas <i>Greeter</i> Saat Menyambut tamu 2) Tingkat keramahan petugas <i>greeter</i> saat menyapa tamu	Ordinal	IV. 1 IV. 2
	Bukti fisik (<i>tangible</i>)	Berkenaan dengan kebersihan dan kerapian penampilan karyawan Hoka Hoka Bento	3) Memberikan salam	3) Tingkat keramahan petugas <i>greeter</i> saat memberi salam		IV. 3

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
			4) Kerapihan petugas <i>greeter</i> 5) Kebersihan petugas <i>greeter</i>	kepada tamu 4) Tingkat Kerapihan petugas <i>greeter</i> 5) Tingkat kebersihan petugas <i>greeter</i>		IV. 4 IV.5
	Reliabilitas (<i>Reliability</i>)	Kemampuan karyawan Hoka Hoka Bento dalam memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan.	Mobile service 6) Menyapa tamu oleh petugas <i>counter</i> 7) Menawarkan menu 8) Membantu dalam pemilihan menu 9) Memberikan informasi mengenai menu/harga 10) Melayani pesanan 11) Menyajikan pesanan	6) Tingkat keramahan petugas <i>counter</i> saat menyapa tamu 7) Tingkat keramahan petugas <i>counter</i> saat menawarkan menu 8) Tingkat keramahan petugas <i>counter</i> saat membantu memilih menu 9) Tingkat ketepatan petugas dalam menyampaikan informasi produk/harga 10) Tingkat kecepatan petugas <i>counter</i> dalam melayani pesanan 11) Tingkat kerapihan menu yang disajikan petugas <i>counter</i>	Ordinal	IV.6 IV.7 IV.8 IV.9 IV.10 V.11
	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	Kemampuan para karyawan Hoka Hoka Bento untuk membantu para pelanggan dalam memilih menu dan merespons permintaan mereka, serta memberikan informasi mengenai produk maupun harga produk secara akurat serta melayani pelanggan dengan cepat				
	Jaminan (<i>assurance</i>)	Perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya	Pembayaran di kasir (<i>collect payment</i>) 12) Menghitung jumlah pembelian 13) Melakukan transaksi 14) Layanan uang kembali 15) Memberikan bukti pembayaran 16) Mengucapkan terima kasih dan selamat makan	12) Tingkat keakuratan petugas kasir dalam menghitung pembelian 13) Tingkat kecepatan petugas kasir dalam melakukan transaksi 14) Tingkat ketepatan petugas kasir dalam melayani uang kembali 15) Tingkat keramahan petugas kasir saat Memberikan bukti pembayaran 16) Tingkat keramahan petugas kasir saat mengucapkan terima kasih dan selamat makan	Ordinal	IV.12 IV.13 IV.14 IV.15 IV.16
	Daya tanggap (<i>responsiveness</i>)	Berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan menyambut tamu, memberikan respon yang positif terhadap kehadiran mereka dengan pelayanan yang baik dan ramah.				

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item	
	Empati (<i>empathy</i>)	Memahami masalah para pelanggannya dan menerima informasi atau keritik secara terbuka serta memberikan perhatian secara personal kepada pelanggan	Greeting customer di loby				
	Daya tanggap (<i>responsiveness</i>)	Kesediaan dan kemampuan para karyawan memberikan respon yang positif terhadap kehadiran mereka dengan pelayanan yang baik dan ramah	17) Menawarkan bantuan	17) Tingkat keramahan petugas loby saat Menawarkan bantuan kepada tamu	Ordinal	IV.17	
	Jaminan (<i>assurance</i>)	Perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya	18) Membantu tamu 19) Menangani keluhan/komplain	18) Tingkat perhatian petugas loby saat membantu tamu 19) Tingkat kecepatan petugas loby saat menangani keluhan/komplain		IV.18 IV.19	
			20) Penyediaan kartu saran dan keritik	20) Tingkat kemudahan menyampaikan saran dan kritik		IV.20	
	Daya tanggap (<i>responsiveness</i>)	Kesediaan dan kemampuan para karyawan memberikan respon yang positif terhadap kehadiran mereka dengan pelayanan yang baik dan ramah	Menawarkan dan mengantarkan menu				
	Jaminan (<i>assurance</i>)	Perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya	21) Menawarkan menu pelengkap 22) Memahami kebutuhan pelanggan 23) Mengantarkan pesanan	21) Tingkat keramahan petugas loby saat menawarkan menu pelengkap 22) Tingkat kecermatan petugas dalam memahami kebutuhan tamu 23) Tingkat ketepatan waktu pengantaran menu pelengkap sesuai dengan yang dijanjikan	Ordinal	IV.21 IV.22 IV.23	
	Reliabilitas (<i>Reliability</i>)	Kemampuan karyawan Hoka Hoka Bento dalam untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan.	Take away				
	Daya tanggap (<i>responsiveness</i>)	Kesediaan dan kemampuan para karyawan memberikan respon yang positif terhadap kehadiran mereka dengan pelayanan yang baik dan ramah	24) Menuliskan pesanan 25) Pengiriman pesanan 26) Kerapihan dan kualitas menu dalam box	24) Tingkat Ketepatan Petugas <i>Delivery</i> Dalam Menuliskan Pesanan 25) Tingkat Kecepatan Petugas <i>Delivery</i> Dalam Pengiriman Pesanan 26) Tingkat kualitas dan menu dalam box		Ordinal	IV.24 IV.25 IV.26

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
	Empati (<i>empathy</i>)	Memahami masalah para pelanggannya dan menerima informasi atau kritik secara terbuka serta memberikan perhatian secara personal kepada pelanggan	Arigato Gozaimatsu 27) Mengucapkan terima kasih oleh para petugas	27) Tingkat keramahan petugas greeter saat mengucapkan terima kasih 28) Tingkat keramahan petugas counter saat mengucapkan terima kasih 29) Tingkat keramahan petugas loby saat mengucapkan terima kasih	Ordinal	IV.27
	Daya tanggap (<i>responsiveness</i>)	Kesediaan dan kemampuan para karyawan memberikan respon yang positif terhadap kehadiran mereka dengan pelayanan yang baik dan ramah				IV.28
						IV.29
Pembelian ulang (Y)		Salah satu upaya mempertahankan pelanggan yang telah ada dengan menarik pelanggan melakukan pembelian ulang (Kotler&keller 2009:57)	28) Kepuasan konsumen	30) Tingkat kepuasan konsumen	Ordinal	IV.30
			29) Melakukan pembelian	31) Frekuensi pelanggan dalam melakukan pembelian	Interval	IV.31
			30) Pembelian yang bertambah	32) Frekuensi jumlah pembelian yang semakin bertambah	Interval	IV.32

3.2.3 Jenis Sumber Data

Sumber data yang dimaksud dalam penelitian adalah subjek dari mana data tersebut diperoleh Donald R. Cooper (2006:189). Sumber data penelitian adalah sumber data yang diperlukan untuk penelitian baik diperoleh secara langsung (data primer) maupun tidak langsung (data sekunder) yang berhubungan dengan objek penelitian. Menurut Donald R. Cooper (2006:190) mengungkapkan definisi-definisi tersebut, antara lain:

- a. Data Primer adalah karya riset asli atau data mentah tanpa interpretasi atau pernyataan yang mewakili suatu opini atau posisi resmi, data primer merupakan data yang paling otoritatif karena informasi yang disajikan belum pernah ditafsirkan atau diolah oleh pihak ke dua. Sumber data primer dalam

penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah kuesioner yang disebarakan kepada sejumlah responden, sesuai dengan target sasaran dan dianggap mewakili seluruh populasi data penelitian, yaitu pelanggan Hoka Hoka Bento

- b. Data Sekunder yaitu interpretasi dari data primer, merupakan data yang dikumpulkan dari tanggapan ke dua atau dari sumber-sumber lain yang tersedia sebelum penelitian dilakukan. Sumber data sekunder dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur, artikel serta situs di internet yang berkenaan dengan variabel dan objek

Data primer dan data sekunder yang dibutuhkan tersebut akan ditunjukkan oleh Tabel 3.2 sebagai berikut.

TABEL 3. 2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Jenis Data	Kategori Data	Sumber Data
1.	Perkiraan pertumbuhan <i>market size</i> beberapa sektor industri 2008	Sekunder	Majalah SWA, 2008
2.	Jumlah usaha restoran dan rumah makan di Kota/Kabupaten Bandung	Sekunder	Disbudpar Kota Bandung 2006 dan DIPARDA Kabupaten Bandung Tahun 2007
3.	Kontribusi sektor restoran terhadap PAD Kabupaten Bandung	Sekunder	Selayang Pandang Dinas Pendapatan Daerah Kabuapten Bandung 2007
4	Kontribusi sektor restoran terhadap PAD Kota Bandung	Sekunder	Laporan Penyelenggaraan Pemerintah Daerah Kota Bandung 2006
5	Jumlah pelanggan Hoka Hoka Bento pada Bulan JAN 2007 Sampai Dengan Bulan JAN 2008	Sekunder	Hoka Hoka Bento
6	Jumlah keluhan pelanggan	Sekunder	Hoka Hoka Bento
7	Profil Perusahaan Hoka Hoka Bento	Sekunder	Hoka Hoka Bento
8	Strategi usaha Hoka Hoka Bento	Primer	Hoka Hoka Bento

No	Jenis Data	Kategori	Sumber Data
9	Tanggapan pelanggan mengenai program layanan <i>seven romancing moment</i>	Primer	Hoka Hoka Bento
10	Tanggapan pelanggan mengenai pembelian ulang pada restoran Hoka Hoka Bento cabang Setiabudi Bandung	Primer	Hoka Hoka Bento

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2008

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampel

3.2.4.1 Populasi

M. Budyantha (2006: 233) mengemukakan bahwa: Populasi adalah jumlah total dari seluruh unit atau elemen di mana penyidik tertarik, populasi adalah seluruh unit yang darinya sampel dipilih. Sedangkan menurut Narech K. Malhotra (2005:311) populasi merupakan gabungan seluruh elemen yang memiliki serangkaian karakteristik serupa yang mencakup semesta untuk kepentingan masalah riset pemasaran.

Berdasarkan pengertian populasi di atas maka populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Hoka Hoka Bento Setiabudi Bandung. Menurut manager Hoka Hoka Bento, *store* Hoka Hoka Bento Setiabudi cukup mewakili karakteristik pelanggan Hoka Hoka Bento Hoka Hoka Bento yang ada di Bandung, hal ini dikarenakan Hoka Hoka Bento Setiabudi merupakan sentral *Images* dari seluruh cabang yang ada di Bandung. Berdasarkan hasil laporan *customer dine in* rata-rata kunjungan *customer* per hari (Senin-Minggu) adalah 220 pelanggan sedangkan rata-rata kunjungan per bulan yaitu 7210 orang (*customer dine in* Hoka Hoka Bento).

3.2.4.2 Sampel

Populasi dalam penelitian ini tidak dapat semuanya diteliti, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya karena keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu yang tersedia. Maka itulah peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang telah ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut cukup merepresentasikan yang lainnya.

Pengambilan sebagian subjek dari populasi dinamakan sampel. Hal ini sesuai dengan pendapat Narech K. Malhotra (2005:364) bahwa "Sampel adalah subkelompok populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi". Agar memperoleh sampel yang representatif dari populasi, maka setiap subjek dalam populasi diupayakan untuk memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel. Untuk menentukan sampel dari populasi yang telah ditetapkan perlu dilakukan suatu pengukuran.

Husein Umar (2002:59), mengemukakan bahwa untuk menghitung besarnya ukuran sampel dapat dilakukan dengan menggunakan teknik *slovin* dengan rumus:

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

Keterangan : n = ukuran sampel
 N = ukuran populasi
 e = presentase kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir. (e=0,1)

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

$$n = \frac{7210}{1 + (7210 \times (0,1)^2)}$$

$$n = 73,1 = 73$$

Jadi jumlah sampel minimal yang diteliti adalah berukuran 73 pelanggan. Menurut Winarno Surakhmad (1998:100) “Untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambah sedikit lagi dari jumlah matematik”. Agar sampel yang digunakan representatif, maka sampel yang diambil di dalam penelitian ini berjumlah 100 orang pelanggan. Berdasarkan teknik tersebut maka ukuran sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang.

3.2.4.3 Teknik Penarikan Sampel

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel atau sebagian elemen populasi untuk memahami karakteristik dari keseluruhan populasi. Menurut Ulber Silalahi (2006:236) “Pemilihan sampel atau penarikan sampel (*sampling*) dapat diartikan sebagai proses memilih sejumlah unit atau elemen atau subjek dari dan yang mewakili populasi untuk dipelajari yang dengannya dapat dibuat generalisasi atau inferensi tentang karakteristik dari satu populasi yang diwakili”.

Setelah memperoleh data dari responden yang merupakan populasi penelitian, selanjutnya peneliti mengambil sampel berdasarkan teknik *probability sampling* atau pemilihan sampel acak. Dalam *probability sampling*, setiap unsur populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Alasan mengapa menggunakan *probability sampling* dikemukakan oleh Ulber silalahi (2006:237) sebagai berikut:

Peneliti kuantitatif memiliki dua motivasi untuk menggunakan pemilihan sampel probabilitas atau acak. Motivasi pertama adalah waktu dan biaya. Tujuan kedua dari pemilihan sampel probabilitas adalah akurasi. (tingkat sejauhmana bias mangkir dari sampel).

Berdasarkan teknik *probability sampling*, selanjutnya digunakan teknik *simple random sampling* atau pemilihan sampel acak sederhana karena populasi dalam penelitian dianggap homogen. William G. Zikmund (2003:428) memberikan definisi mengenai *simple random sampling* sebagai berikut:

Simple random sampling is a sampling procedure that assures each elements in the population of an equal chance of being included in the sample." (Artinya: Pemilihan acak sederhana adalah suatu prosedur sampling yang meyakinkan bahwa setiap unsur-unsur dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk tercakup dalam sampel.)

Pendapat lebih jelas diungkapkan oleh Ulber Silalahi (2006:241) sebagai berikut:

Pemilihan sampel acak sederhana adalah proses pemilihan sampel dalam cara tertentu yang di dalamnya 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 terdaftar.

Sampel yang didapatkan harus representatif (mewakili), untuk itu perlu dilakukan langkah-langkah yang sistematis untuk mendapatkan sampel yang representatif. Langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Menentukan dengan tegas pelanggan yang akan disurvei, yaitu pelanggan Hoka Hoka Bento cabang Setiabudi Bandung. Menurut hasil perhitungan sampel, maka yang akan diambil sebagai sampel sebanyak 100 orang.
2. Menentukan dengan tegas dari jam berapa sampai jam berapa penelitian akan dilaksanakan. Dalam hal ini penelitian dilakukan dari jam 11.00 WIB sampai 20.00 WIB sesuai dengan jam kerja. Waktu penelitian untuk mengumpulkan data di lapangan dilakukan selama 6 hari pada hari *week day* dan *week end*.

3. Menentukan dengan tegas sebuah *check point* (tempat menghitung) pada objek yang akan diteliti. Ditentukan *check point*-nya adalah pintu masuk. Dari perhitungan diperoleh bahwa rata-rata pelanggan yang akan diteliti adalah sebanyak 17 orang/hari.
4. Kemudian menentukan interval yaitu perbandingan antara jumlah jam kerja dengan rata-rata pelanggan yang diteliti per hari. Jam kerja selama 9 jam = 540 menit. Jadi intervalnya adalah $540 \text{ menit} / 17 = 32 \text{ menit}$.
5. *Starting point*-nya menit ke 32, setiap 32 menit pelanggan Hoka Hoka Bento cabang Setiabudi Bandung yang datang diberikan kuesioner atau angket untuk diisi. Hal ini dilakukan pada jarak waktu yang telah ditentukan.
6. Hari Sabtu dan Minggu jumlah pemberian angket lebih besar dibandingkan hari lainnya.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data mengacu pada cara apa yang perlu dilakukan dalam penelitian agar dapat memperoleh data. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara kombinasi secara langsung atau tidak langsung. Penelitian ini memperoleh data dengan menggunakan teknik sebagai berikut:

1. Angket/kuesioner yaitu merupakan teknik pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan tertulis. Kuesioner berisi pertanyaan dan pertanyaan mengenai karakteristik responden, tanggapan responden tentang program layanan *seven romancing moment* serta tanggapan responden mengenai pembelian ulang.

2. Studi literatur, yaitu merupakan usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti dari program layanan *seven romancing moment* dengan indikator *irasshaimase*, *mobile service*, pembayaran di kasir, *greeting customer*, menawarkan dan mengantarkan menu, *take away*, dan *arigato gozaimasu*. Variabel terikat (Y) adalah pembelian ulang pada Hoka Hoka Bento cabang Setiabudi Bandung.
3. Wawancara, dilakukan sebagai teknik komunikasi dengan manajer untuk memperoleh data mengenai rata-rata kunjungan *customer* dan complain *customer* restoran Hoka Hoka Bento cabang Setiabudi Bandung.

3.2.6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

3.2.6.1 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 instrument pengumpulan data. Instrument yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu *valid* dan *reliable*.

Narech K. Narech K. Malhotra (2005:311) menyatakan bahwa:

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah memiliki validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas rendah

Uji validitas yang dilakukan bertujuan untuk menguji sejauhmana item kuesioner yang valid dan mana yang tidak. Hal ini dilakukan dengan mencari korelasi setiap item pertanyaan dengan skor total pernyataan untuk hasil jawaban responden yang mempunyai skala pengukuran ordinal minimal serta pilihan jawaban lebih dari dua pilihan, perhitungan korelasi antara pertanyaan kesatu dengan skor total digunakan alat uji korelasi *Pearson (product moment coefisient of corelation)* dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{N.\Sigma XY - (\Sigma X).(\Sigma Y)}{\sqrt{\{N.\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\}\{N.\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}} \quad (\text{Sumber: Suharsimi Arikunto 2006:274})$$

Keterangan :

- r = Koefisien validitas item yang dicari
- X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
- Y = Skor total
- ΣX = Jumlah skor dalam distribusi X
- ΣY = Jumlah skor dalam distribusi Y
- ΣX^2 = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi X
- ΣY^2 = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi Y
- n = Banyaknya responden

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut :

1. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel} ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$).
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} ($r_{hitung} \leq r_{tabel}$).

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 15.0 *for windows*. Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya

koefisien korelasi menurut Suharsimi Arikunto (2006:245) dapat dilihat pada Tabel 3.3 sebagai berikut.

TABEL 3.3
KOEFISIEN KORELASI

Besarnya Nilai	Interpretasi
Antara 0,800 sampai dengan 1,00	Tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,800	Cukup
Antara 0,400 sampai dengan 0,600	Agak rendah
Antara 0,200 sampai dengan 0,400	Rendah
Antara 0,000 sampai dengan 0,200	Sangat rendah

Sumber : Suharsimi Arikunto (2006:245)

Sedangkan pengujian keberartian koefisien korelasi (t) dilakukan dengan taraf signifikansi 5%. Rumus uji t yang digunakan sebagai berikut:

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

Keputusan pengujian validitas responden Hoka Hoka Bento, dengan taraf signifikan sebagai berikut :

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika $t_{hitung} > t_{tabel}$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika $t_{hitung} < t_{tabel}$

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 15 for window diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti.

TABEL 3.4
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS INSTRUMEN

No. item	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Menyambut kedatangan tamu	0,392	0,374	Valid
2	Memberikan senyum	0,385	0,374	Valid
3	Memberikan salam	0,457	0,374	Valid
4	Kerapihan petugas	0,742	0,374	Valid
5	Kebersihan pakaian petugas	0,518	0,374	Valid
6	Petugas counter menyambut tamu	0,515	0,374	Valid

No. item	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
7	Petugas counter menawarkan menu	0,641	0,374	Valid
8	Petugas counter membantu dalam pemilihan menu	0,548	0,374	Valid
9	Petugas counter menyampaikan informasi	0,821	0,374	Valid
10	Melayani pesanan	0,594	0,374	Valid
11	Menyajikan menu	0,553	0,374	Valid
12	Menghitung jumlah pembelian	0,817	0,374	Valid
13	Transaksi yang dilakukan petugas kasir	0,644	0,374	Valid
14	Ketepatan uang kembali	0,553	0,374	Valid
15	Memberikan bukti pembayaran	0,701	0,374	Valid
16	Mengucapkan selamat makan	0,762	0,374	Valid
17	Petugas menawarkan bantuan	0,639	0,374	Valid
18	Petugas membantu tamu	0,749	0,374	Valid
19	Penanganan keluhan pelanggan	0,537	0,374	Valid
20	Mekanisme dan format keluhan pelanggan	0,785	0,374	Valid
21	Menawarkan menu pelengkap	0,780	0,374	Valid
22	Memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan	0,751	0,374	Valid
23	Mengantarkan pesanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan	0,771	0,374	Valid
24	Ketepatan petugas menuliskan pesanan take away	0,713	0,374	Valid
25	Menyiapkan pesanan take away	0,560	0,374	Valid
26	Kerapihan dan kualitas menu dalam box	0,749	0,374	Valid
27	Petugas greeter mengucapkan terimakasih	0,749	0,374	Valid
28	Petugas counter mengucapkan terimakasih	0,537	0,374	Valid
29	Petugas loby mengucapkan terimakasih	0,785	0,374	Valid
30	Kepuasan pada kualitas menu	0,667	0,374	Valid
31	Kepuasan pada pelayanan petugas greeter	0,685	0,374	Valid
32	Kepuasan pada pelayanan petugas counter	0,792	0,374	Valid
33	Kepuasan pada pelayanan petugas kasir	0,559	0,374	Valid
34	Kepuasan pada pelayanan petugas loby	0,767	0,374	Valid

No. item	Pertanyaan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
35	Kepuasan pada fasilitas yang diberikan	0,528	0,374	Valid
36	Melakukan pembelian	0,686	0,374	Valid
37	Jumlah pembelian dalam setiap transaksi	0,734	0,374	Valid
38	Keinginan untuk kembali ke HokaHoka Bento	0,739	0,374	Valid
39	Menceritakan hal-hal positif	0,689	0,374	Valid
40	Merekomendasikan HokaHoka Bento	0,670	0,374	Valid

Sumber pengolahan data 2008

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada Tabel 3.4 maka dapat disimpulkan bahwa 8 dimensi yang terdiri dari 40 item dapat dikatakan valid, karena

$r_{hitung} > r_{tabel}$.

3.2.6.2 Reliabilitas

Reliabilitas adalah menunjukkan suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut adalah baik. Reliabilitas menunjukkan keterandalan tertentu (Suharsimi Arikunto, 2002:178). Rumus reliabilitas yaitu:

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

Keterangan :

- σ^2 = Harga varian tiap butir pertanyaan
 $\sum x^2$ = Jumlah kuadrat skor total
 $(\sum x)^2$ = Kuadrat seluruh skor responden di setiap butir pertanyaan
N = Jumlah responden

Menghitung varian total (σ^2)

$$\sigma^2 = \frac{\sum y^2 \left(\frac{\sum y^2}{N} \right)}{N}$$

Keterangan :

σ^2 = Harga varian total

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat total

$(\sum x^2)$ = Jumlah kuadrat dari jumlah skor total

N = Jumlah responden Menghitung reliabilitas angket dengan rumus alpha

$$r_{11} = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(\frac{1 - \sum \sigma b^2}{\sum \sigma^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas angket

K = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = Harga varian butir pertanyaan

$\sum \sigma^2$ = Harga varian total

Pertanyaan reliabel apabila harga r_{11} pada t hitung > r tabel tingkat kepercayaan 95% dan dk (n-2)

TABEL 3.5
KLASIFIKASI KOEFISIEN VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Interval Reliabilitas	Klasifikasi
0,800-1,000	Sangat Tinggi
0,600-0,800	Tinggi
0,400-0,600	Cukup
0,200-0,400	Rendah
0,000-1,200	Sangat Rendah

Sumber: Suharsimi Arikunto (2004:245)

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas instrumen diketahui bahwa semua variabel reliabel, hal tersebut disebabkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang bernilai 0,374, seperti yang disajikan pada Tabel 3.6 berikut ini.

TABEL 3.6
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No.	Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
1	<i>Program layanan seven romancing moments</i>	0,945	0,374	Reliabel
2	Pembelian ulang	0,920	0,374	Reliabel

Sumber hasil pengolahan data 2008

3.3 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

3.3.1 Teknik Analisis Data

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh kinerja kualitas pelayanan melalui *seven romancing moments* (X) terhadap pembelian ulang (Y) pada restoran Hoka Hoka Bento Cabang Setiabudi Bandung. Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna, serta untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Dengan demikian, teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta menjawab 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

Mengecek nama dan kelengkapan identitas responden, serta mengecek kelengkapan data yang diisi oleh responden untuk mengetahui karakteristik responden digunakan rumus persentase sebagai berikut:

$$\% = \frac{n}{N} \times 100$$

Di mana:

n = nilai yang diperoleh
 N = jumlah seluruh nilai
 100 = konstanta

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

Tabulasi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

- a. Memberi 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. Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan verifikatif.

A. Path Analysis (Analisis Jalur)

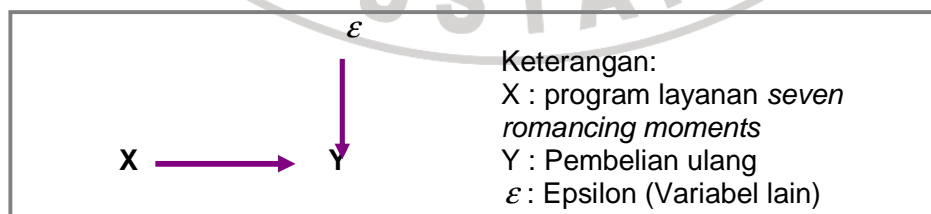
Penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, oleh karena itu semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu diubah menjadi skala interval dengan menggunakan

Method Successive Interval (Harun Al Rasyid, 1994:131). Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Menghitung frekuensi (f) pada setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban pelanggan bisnis pada setiap pertanyaan.
2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah pelanggan bisnis.
3. Berdasarkan proporsi tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
4. Menentukan nilai batas Z untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
5. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan sebagai berikut:

$$Scale\ Value = \frac{(Density\ at\ Lower\ Limit) - (Density\ at\ Upper\ Limit)}{(Area\ Below\ Upper\ Limit) - (Area\ Below\ Lower\ Limit)}$$

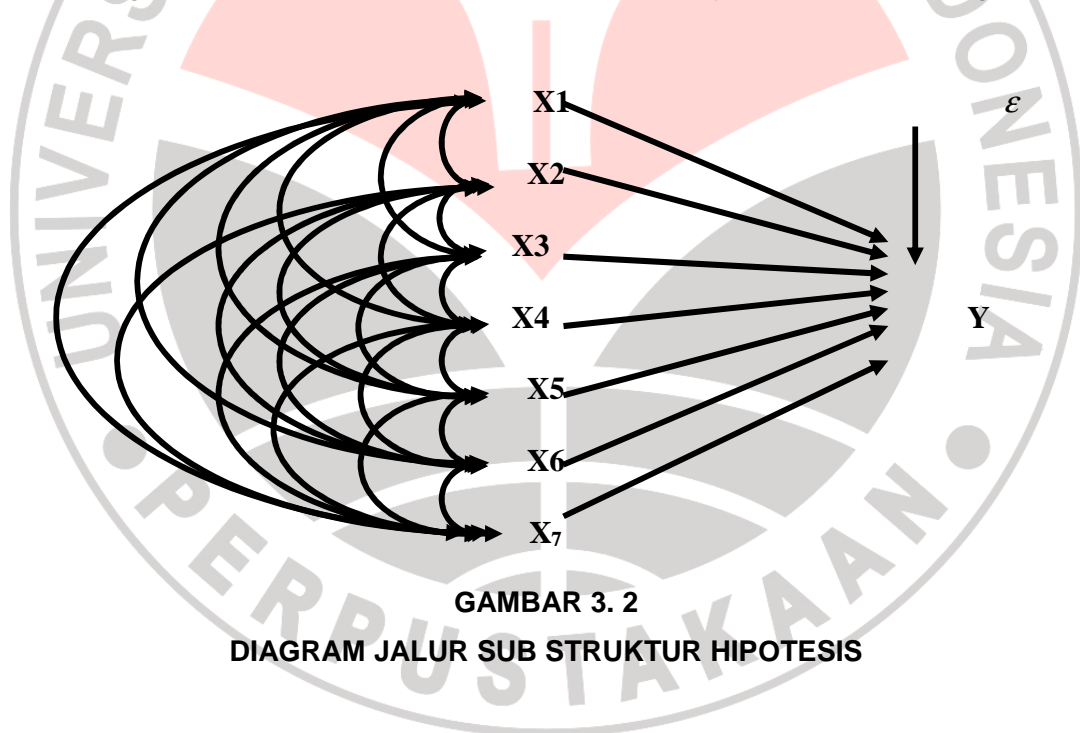
Setelah data penelitian berskala interval, selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dari semua sampel penelitian. Berdasarkan hipotesis konseptual yang diajukan, terdapat hubungan antara variabel penelitian. Hipotesis tersebut digambarkan dalam sebuah paradigma seperti terlihat pada Gambar 3.1 berikut.



GAMBAR 3.1
STRUKTUR KAUSAL ANTARA X DAN Y

Struktur hubungan di atas menunjukkan bahwa kinerja kualitas pelayanan melalui *seven romancing moments* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara X (kinerja kualitas pelayanan melalui *seven romancing moments*) dan Y (pembelian ulang) yaitu variabel residu dan dilambangkan dengan ε namun pada penelitian ini variabel tersebut tidak diperhatikan.

Struktur hubungan antara X dan Y diuji melalui analisis jalur dengan hipotesis berbunyi terdapat pengaruh positif antara kinerja kualitas pelayanan melalui *seven romancing moments* (X) terhadap variabel dependen Y yaitu pembelian ulang.



GAMBAR 3. 2
DIAGRAM JALUR SUB STRUKTUR HIPOTESIS

- 1) Menghitung matriks korelasi antar variabel bebas

$$R = \begin{matrix} & \begin{matrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 & X_5 & X_6 & X_7 \end{matrix} \\ \begin{matrix} 1 & r_{X_1X_2} & r_{X_3X_1} & r_{X_4X_1} & r_{X_5X_1} & r_{X_6X_1} & r_{X_7X_1} \\ & 1 & r_{X_3X_2} & r_{X_4X_2} & r_{X_5X_2} & r_{X_6X_2} & r_{X_7X_2} \\ & & 1 & r_{X_4X_3} & r_{X_5X_3} & r_{X_6X_3} & r_{X_7X_3} \\ & & & 1 & r_{X_5X_4} & r_{X_6X_4} & r_{X_7X_4} \\ & & & & 1 & r_{X_6X_5} & r_{X_7X_5} \\ & & & & & 1 & r_{X_7X_6} \end{matrix} \end{matrix}$$

- 2) Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis

Menghitung matriks invers korelasi

$$R^{-1} = \begin{matrix} & \begin{matrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 & X_5 & X_6 & X_7 \end{matrix} \\ \begin{matrix} C_{1.1} & C_{1.2} & C_{1.3} & C_{1.4} & C_{1.5} & C_{1.6} & C_{1.7} \\ & C_{2.2} & C_{2.3} & C_{2.4} & C_{2.5} & C_{2.6} & C_{2.7} \\ & & C_{3.3} & C_{3.4} & C_{3.5} & C_{3.6} & C_{3.7} \\ & & & C_{4.4} & C_{4.5} & C_{4.6} & C_{4.7} \\ & & & & C_{5.5} & C_{5.6} & C_{5.7} \\ & & & & & C_{6.6} & C_{6.7} \\ & & & & & & C_{7.7} \end{matrix} \end{matrix}$$

4) Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus

$$\begin{array}{c}
 \left(\begin{array}{c} \text{PYX1} \\ \text{PYX2} \\ \text{PYX3} \\ \text{PYX4} \\ \text{PYX5} \\ \text{PYX6} \\ \text{PYX7} \end{array} \right) = \left(\begin{array}{ccccccc}
 \text{X1} & \text{X2} & \text{X3} & \text{X4} & \text{X5} & \text{X6} & \text{X7} \\
 \text{C1.1} & \text{C1.2} & \text{C1.3} & \text{C1.4} & \text{C1.5} & \text{C1.6} & \text{C1.7} \\
 & \text{C1.2} & \text{C1.3} & \text{C1.4} & \text{C1.5} & \text{C1.6} & \text{C1.7} \\
 & & \text{C1.3} & \text{C1.4} & \text{C1.5} & \text{C1.6} & \text{C1.7} \\
 & & & \text{C1.4} & \text{C1.5} & \text{C1.6} & \text{C1.7} \\
 & & & & \text{C1.5} & \text{C1.6} & \text{C1.7} \\
 & & & & & \text{C1.6} & \text{C1.7} \\
 & & & & & & \text{C1.7}
 \end{array} \right) \left(\begin{array}{c} \text{rYX1} \\ \text{rYX2} \\ \text{rYX3} \\ \text{rYX4} \\ \text{rYX5} \\ \text{rYX6} \\ \text{rYX7} \end{array} \right)
 \end{array}$$

5) Hitung R^2Y (X1, X2, X3, X4, X5, X6, X7) yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total X1, X2, X3, X4, X5, X6 terhadap Y dengan menggunakan rumus:

$$R^2Y (X1, \dots, X7) = \left[P_{YX1.1} \dots P_{YX1.7} \right] \begin{bmatrix} r_{YX1.1} \\ \dots \\ r_{YX1.7} \end{bmatrix}$$

Sumber : Suliyanto (2005:187)

6) Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel

Pengaruh X1 terhadap Y:

Pengaruh (X1) terhadap (Y)

$$\text{Pengaruh langsung} = \text{PYX1} \cdot \text{PYX1}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui (X2)} = \text{PYX1} \cdot r_{X1X2} \cdot \text{PYX2}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui (X3)} = \text{PYX1} \cdot r_{X1X3} \cdot \text{PYX3}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui (X4)} = \text{PYX1} \cdot r_{X1X4} \cdot \text{PYX4}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui (X5)} = \text{PYX1} \cdot r_{X1X5} \cdot \text{PYX5}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X6)} &= PYX1 \cdot rX1X6 \cdot PYX6 \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X7)} &= PYX1 \cdot rX1X7 \cdot PYX7 \quad + \\
 \text{Pengaruh total (X1) terhadap Y} &= \frac{\dots\dots\dots\dots\dots\dots\dots\dots}{\dots\dots\dots\dots\dots\dots\dots\dots}
 \end{aligned}$$

Pengaruh (X2) terhadap (Y)

$$\begin{aligned}
 \text{Pengaruh langsung} &= PYX2 \cdot PYX2 \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X1)} &= PYX2 \cdot rX2X1 \cdot PYX1 \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X3)} &= PYX2 \cdot rX2X3 \cdot PYX3 \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X4)} &= PYX2 \cdot rX2X4 \cdot PYX4 \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X5)} &= PYX2 \cdot rX2X5 \cdot PYX5 \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X6)} &= PYX2 \cdot rX2X6 \cdot PYX6 \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X7)} &= PYX2 \cdot rX2X7 \cdot PYX7 \quad + \\
 \text{Pengaruh total (X2) terhadap Y} &= \frac{\dots\dots\dots\dots\dots\dots\dots\dots}{\dots\dots\dots\dots\dots\dots\dots\dots}
 \end{aligned}$$

Pengaruh (X3) terhadap (Y)

$$\begin{aligned}
 \text{Pengaruh langsung} &= PYX3 \cdot PYX3 \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X1)} &= PYX3 \cdot rX3X1 \cdot PYX1 \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X2)} &= PYX3 \cdot rX3X2 \cdot PYX2 \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X4)} &= PYX3 \cdot rX3X4 \cdot PYX4 \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X5)} &= PYX3 \cdot rX3X5 \cdot PYX5 \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X6)} &= PYX3 \cdot rX3X6 \cdot PYX6 \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X7)} &= PYX3 \cdot rX3X7 \cdot PYX7 \quad + \\
 \text{Pengaruh total (X3) terhadap Y} &= \frac{\dots\dots\dots\dots\dots\dots\dots\dots}{\dots\dots\dots\dots\dots\dots\dots\dots}
 \end{aligned}$$

Pengaruh (X4) terhadap (Y)

$$\begin{aligned}
 \text{Pengaruh langsung} &= PYX4 \cdot PYX4 \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X1)} &= PYX4 \cdot rX4X1 \cdot PYX1 \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X2)} &= PYX4 \cdot rX4X2 \cdot PYX2 \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X3)} &= PYX4 \cdot rX4X3 \cdot PYX3 \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X5)} &= PYX4 \cdot rX4X5 \cdot PYX5 \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X6)} &= PYX4 \cdot rX4X6 \cdot PYX6 \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X7)} &= PYX4 \cdot rX4X7 \cdot PYX7 \quad + \\
 \text{Pengaruh total (X4) terhadap Y} &= \frac{\dots\dots\dots\dots\dots\dots\dots\dots}{\dots\dots\dots\dots\dots\dots\dots\dots}
 \end{aligned}$$

Sumber : Suliyanto (2005:187)

- 8) Keputusan penerimaan atau penolakan H_0

Rumusan hipotesis operasional:

$$H_0: PYX_1 = PYX_2 = PYX_3 = PYX_4 = PYX_5 = PYX_6 = PYX_7 = 0$$

H_1 : sekurang-kurangnya ada sebuah $PYX_i \neq 0$, $i = 1, 2, 3, 4, 5, 6$ dan 7

Statistik uji yang digunakan adalah:

$$F_0 = \frac{(n-k-1) \sum_{i=1}^k (p_{yxi}) r_{yxi}}{k \left(1 - \sum_{i=1}^k (p_{yxi}) r_{yxi} \right)}$$

Sumber : Suliyanto (2005:187)

Hasil F_{hitung} dibandingkan dengan tabel distribusi F-Snedecor, apabila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dengan demikian dapat diteruskan pada pengujian secara individual.

- 9) Untuk Menguji keberartian koefisien jalur secara parsial, digunakan uji t, dengan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{P_{YX_i} - P_{YX_i}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{Y(X_1, X_2, \dots, X_7)}) (C_{ii} + C_{ij} + C_{jj})}{(n-k-1)}}$$

Sumber : Suliyanto (2005:187)

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

- 10) Melakukan *trimming* terhadap variabel yang tidak memiliki pengaruh signifikan jika diperlukan

Langkah-langkah teknik analisis data di atas, dibantu dengan menggunakan software program SPSS Versi 15.0 yaitu dengan menguji pengaruh variabel kinerja kualitas pelayanan melalui *Seven Romancing Momens* dengan indikator,

Irasshaimase ($X_{1.1}$), *mobile service* ($X_{1.2}$), pembayaran di kasir ($X_{1.3}$), *greeting customer* di loby ($X_{1.4}$), menawarkan dan mengantarkan menu ($X_{1.5}$), *take Away* ($X_{1.6}$), dan *arigato gozaimatsu* ($X_{1.7}$) terhadap proses pembelian ulang (Y)

3.3.2 Uji Hipotesis

Sebagai langkah terakhir dari analisis data adalah pengujian hipotesis. Untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan harus menggunakan uji statistika yang tepat. Hipotesis penelitian akan di uji dengan mendeskripsikan hasil analisis jalur. Kriteria pengambilan keputusan pengujian hipotesis secara statistik dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis menurut Sugiyono (2005:188) adalah sebagai berikut.

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Secara statistik hipotesis yang akan diuji berada pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan $dk (n-2)$ serta pada uji satu pihak, yaitu pihak kanan. Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis utama pada penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut:

Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis pada penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut:

1. $H_0 : \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif antara kinerja kualitas pelayanan melalui *seven romancing momens* terhadap Pembelian ulang.

$H_0 : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif antara kinerja kualitas pelayanan melalui *seven romancing momens* terhadap pembelian ulang.

