

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis variabel bebas yaitu, Kemampuan Karyawan (X_1), Bukti Fisik, Proses. Sedangkan proses keputusan pembelian konsumen sebagai variabel terikat memiliki indikator sebagai berikut: pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan penyalur, waktu pembelian dan jumlah pembelian, promosi dan psikologis.

Berdasarkan Objek di atas maka di analisis mengenai Peranan Kemampuan Karyawan, Bukti Fisik dan Proses Layanan Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Pada Resto Pak Chi Met Jl.Sukajadi Bandung.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Penelitian ini menggunakan pendekatan manajemen ilmu pemasaran khususnya mengenai pemahaman jasa yang memiliki faktor-faktor yang penting untuk diperhatikan dalam pelaksanaan pemasaran produk disertai jasa. Pemasaran jasa (*Service marketing*) yang dimaksud penelitian ini adalah *Kemampuan karyawan, Bukti fisik dan Process pelayanan* Zeithaml dan Bitner (2003:60). Adapun *People, Physical evidence dan Process* yang akan diteliti adalah pengembangan Kemampuan karyawan, Bukti fisik dan Proses pelayanan yang dilaksanakan Resto Pak Chi Met selama beberapa tahun kebelakan hingga 2009.

Penelitian yang berjudul “Peranan kemampuan karyawan, bukti fisik, dan proses pelayanan dalam mempengaruhi proses keputusan pembelian pada resto Pak Chi Met Jl.Sukajadi Bandung” memiliki dua variabel yaitu:

- a. *Kemampuan karyawan, bukti fisik dan proses pelayanan* sebagai variabel X yang bersifat independent (bebas).
- b. Proses keputusan pembelian konsumen sebagai variable Y yang bersifat dependent (terikat).

Sub variabel dari Kemampuan karyawan (X_1) adalah *product knowledge, professional attitude, tone of voice, tactfull, body language, selling by suggestion, handling complain, recognition, attentive, dan helpfull*. Sub variable dari Bukti fisik (X_2) adalah *Facility design, Equipment (peralatan) dan Signage*. Sub variabel dari Proses pelayanan (X_3) adalah *Flow activities* (rangkaiian kegiatan). Sedakan sub variabel dari proses keputusan pembelian adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian dan pasca pembelian.

Adapun *People, Physical Evidence, Process* dan proses keputusan pembelian konsumen yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah unsur Kemampuan karyawan, Bukti fisik dan Proses pelayanan dan keputusan pembelian disalah satu resto yaitu Pak Chi Met. Obyek yang dijadikan responden adalah konsumen Resto Pak Chi Met dengan klasifikasi keluarga, karyawan dan lembaga persyaratan responden konsumen yang sedang makan di resto Pak Chi Met dan bertemu dengan peneliti. Peneliti lebih difokuskan pada kemampuan karyawan, bukti fisik,dan proses pelayanan terhadap proses keputusan pembelian konsumen di resto Pak Chi Met jl.Sukajadi kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan dua jenis penelitian yaitu verifikatif dan deskriptif. Jenis penelitian verivikatif pada dasarnya ingin menguji hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data dilapangan dalam hal ini penelitian verivikatif bertujuan mengetahui sejauh mana pengaruh kemampuan karyawan, bukti fisik dan proses pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen. Jenis penelitian Deskriptif digunakan dengan maksud membuat gambaran secara terstruktur mengenai fakta-fakta yang akan diteliti yang berkaitan dengan pelaksanaan kemampuan karyawan, bukti fisik, dan proses pelayanan yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di resto Pak Chi Met Bandung dan tanggapan konsumen terhadap pelaksanaan kemampuan karyawan, bukti fisik, dan proses pelayanan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan metode *explanatory survey*. Informasi dari sebagian populasi yang bersangkutan terhadap objek penelitian. Penelitian tersebut dilakukan kurang dari satu tahun, maka metode penelitian yang digunakan adalah *Cross Sectional*, dimana sampelnya adalah konsumen resto Pak Chi Met yang memiliki klasifikasi keluarga, karyawan dan lembaga responden akan menilai penerapan kemampuan karyawan, bukti fisik, dan proses pelayanan, kemudian diukur pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Penjelasan definisi dari variabel pokok penelitian diperlukan agar tidak terjadi salah pengertian atau kekeliruan penafsiran terhadap variabel yang akan diteliti. Variabel yang dikaji dalam penelitian ini meliputi sumber daya tenaga resto, bukti fisik, dan proses pelayanan terhadap proses keputusan pembelian di resto Pak Chi Met jl.Sukajadi Bandung. Variabel bebas (X_1) adalah *product knowledge*,

professional attitude, tone of voice, tactfull, body language, selling by suggestion, handling complain, recognition, attentive,.dan helpfull.

Variabel bebas (X_2) adalah bukti fisik yang memiliki indikator yaitu *Facility design*, *Equipment* (peralatan) dan *Signage*. Sedangkan variabel bebas (X_3) adalah proses pelayanan yang memiliki indikator rangkaian kegiatan. Variabel terikat (Y) adalah proses keputusan pembelian dengan indikator pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Pengaruh variabel-variabel tersebut dapat dianalisis melalui pengukuran variabel-variabel peneliti yang dijelaskan dalam tabel operasionalisasi variabel di bawah ini:

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Kemampuan Karyawan (X1)		Orang – orang yang memainkan peranan yang sangat penting karena berhubungan langsung dengan konsumen				
	Product Knowledge	Kemampuan karyawan dalam mengetahui produk yang di miliki oleh suatu perusahaan	Pengetahuan karyawan akan paket, menu makanan dan minuman yang di tawarkan	Tingkat kemampuan karyawan dalam mengetahui paket, makanan dan minuman	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.1
	<i>Professional attitude.</i>	Kemampuan dalam memberi kesan yang menyenangkan seperti penampilan, kerapian, kebersihan, kesiapan	Kesopanan dalam melayani tamu	Tingkat kesopanan karyawan dalam melayani tamu	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.2
			Keramahan dalam melayani tamu	Tingkat Keramahan karyawan dalam melayani tamu	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.3
	<i>Tone of voice.</i>	Menghindarkan kesan yang tidak menyenangkan dalam berbicara, seperti berteriak, membentak	kejelasan suara karyawan dalam menyambut tamu	Tingkat kejelasan suara karyawan dalam menyambut tamu	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.4
			kejelasan suara karyawan dalam menawarkan menu	Tingkat kejelasan suara karyawan dalam menawarkan menu	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.5

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
	<i>Tactfull.</i>	Berusaha untuk tidak menyinggung perasaan orang lain dengan menghindari pembicaraan yang bersifat kontroversial, seperti masalah politik, ideologi, agama	Santun karyawan dalam berbicara	Tingkat kesantunan karyawan dalam berbicara	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.6
	<i>Body Language.</i>	Memberi kesan raut muka yang menarik, tindakan-tindakan yang sopan	Kesesuaian perilaku dilihat dari bahasa tubuh karyawan	Tingkat kesesuaian perilaku dilihat dari bahasa tubuh karyawan	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.7
	<i>Selling by suggestion.</i>	Berupaya mengembangkan pesanan tamu dengan cara menawarkan makanan atau minuman lain sebagai pelengkap	Mengetahui produk pendamping selain produk utama	Tingkat keaktifan karyawan dalam menawarkan makanan dan minuman pendamping	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.8
	<i>Handling Complaint.</i>	Kemampuan dalam membantu memecahkan masalah seperti keluhan tamu terhadap pelayanan yang diberikan	Kemampuan karyawan dalam menangani dan membantu masalah konsumen	Tingkat kecepatan karyawan dalam menangani dan membantu masalah konsumen	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.9
	<i>Recognition.</i>	Berupaya selalu mengingat nama tamu untuk memberi kesan atgar tamu diperhatikan	Pengenalan dan keakraban karyawan terhadap tamu	Tingkat pengenalan karyawan terhadap tamu	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.10
	<i>Attentive.</i>	Memperhatikan kepentingan tamu betapapun kecilnya aspek pelayanan yang dikehendaki, seperti misalnya peralatan atau serbet makan yang jatuh	Kecepatan dalam mengetahui dan memperhatikan kebutuhan konsumen	Tingkat kecekan tamu dalam memperhatikan kebutuhan konsumen	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.11
	<i>Helpfull.</i>	Selalu siap memberi bantuan pada kesulitan yang dihadapi tamu terhadap pelayanan yang diberikan	Kecepatan karyawan dalam membantu tamu	Tingkat kecepatan karyawan dalam membantu tamu	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.12
Bukti Fisik (X2)		Segala sesuatu hal yan secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan produk				

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
		jasa yang ditawarkan				
	Facility design	Pengaturan fasilitas yang di bentuk untuk keindahan dan kenyamanan konsumen	Kemenarikan design resto Pak Chi Met	Tingkat kemenarikan design resto Pak Chi Met	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.13
			Tata letak ruangan	Rapih atau tidaknya pengaturan tata letak meja dan kursi	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.14
			Kenyamanan ruangan	Tingkat kenyamanan suasana resto Pak Chi Met	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.15
			Ketersediaan fasilitas toilet	Tingkat ketersediaan fasilitas toilet	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.16
			Ketersediaan fasilitas parkir	Tingkat ketersediaan fasilitas parkir	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.17
			Ketersediaan fasilitas mushola	Tingkat ketersediaan fasilitas Mushola	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.18
			Ketersediaan fasilitas wastafel	Tingkat ketersediaan fasilitas wastafel	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.19
	Equipment (peralatan)	Barang – barang yang digunakan untuk mendukung proses penyampaian jasa	Kebersihan peralatan yang digunakan	Tingkat kebersihan peralatan makan	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.20
				Tingkat kebersihan peralatan minum	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.21
			Keunikan peralatan yang digunakan	Keunikan peralatan makanan dan minuman	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.22
	Signage		Adanya petunjuk fasilitas-fasilitas yang di sediakan	Tingkat kejelasan petunjuk toilet	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.23
				Tingkat kejelasan petunjuk mushola	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.24
				Tingkat kejelasan petunjuk wastafel	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.25
				Tingkat kejelasan petunjuk tempat parkir	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.26
Proses (X3)	Rangkaian kegiatan aktifitas pelayanan	Serangkaian aktifitas yang dilaksanakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, seta sedikit banyaknya jumlah langkah-langkah dalam proses				

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
		penyampaian jasa				
	Greeting	menyambut tamu dan memberikan senyum sapa salam kepada tamu dengan tulus dan hangat yang dilakukan oleh petugas greeter	Menyambut tamu	Tingkat Keramahan Petugas Greeter Saat Menyambut tamu	Hybrid Ordinal Interval	4.27
Menyapa tamu			Tingkat keramahan petugas greeter saat menyapa tamu	Hybrid Ordinal Interval	4.28	
Memberikan salam			Tingkat keramahan petugas greeter saat memberi salam kepada tamu	Hybrid Ordinal Interval	4.29	
Kerapihan petugas greeter			Tingkat Kerapihan petugas greeter	Hybrid Ordinal Interval	4.30	
Kebersihan petugas greeter			Tingkat kebersihan petugas greeter	Hybrid Ordinal Interval	4.31	
	Mobile service	Pelayanan penuh dan berkesinambungan yang dilakukan petugas waiters dengan sikap ramah, senyum hangat dan antusias saat melayani tamu	Menyapa tamu oleh waiters	Tingkat keramahan petugas waiters saat menyapa tamu	Hybrid Ordinal Interval	4.32
Menawarkan menu			Tingkat keramahan petugas waiters saat menawarkan menu	Hybrid Ordinal Interval	4.33	
Membantu dalam pemilihan menu			Tingkat keramahan petugas waiters saat membantu memilihkan menu	Hybrid Ordinal Interval	4.34	
Memberikan informasi mengenai menu atau harga			Tingkat ketepatan petugas dalam menyampaikan informasi produk/harga	Hybrid Ordinal Interval	4.35	
Melayani pesanan Menyajikan pesanan			Tingkat kecepatan petugas waiters dalam melayani pesanan	Hybrid Ordinal Interval	4.36	
	Pembayaran di kasir (collect payment)	kemampuan petugas saat menarik pembayaran tamu secara akurat dan cepat dengan sikap ramah, senyum hangat dan tulus.	Menghitung jumlah pembelian	Tingkat keakuratan petugas kasir dalam menghitung pembelian	Hybrid Ordinal Interval	4.37
Melakukan transaksi			Tingkat kecepatan petugas kasir dalam melakukan transaksi	Hybrid Ordinal Interval	4.38	
Layanan uang kembali			Tingkat ketepatan petugas kasir dalam melayani uang kembali	Hybrid Ordinal Interval	4.39	
Memberikan bukti pembayaran			Tingkat keramahan petugas kasir saat Memberikan bukti pembayaran	Hybrid Ordinal Interval	4.40	
Mengucapkan terima kasih dan selamat makan			Tingkat keramahan petugas kasir saat mengucapkan terima	Hybrid Ordinal Interval	4.41	

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
				kasih dan selamat makan		
	Greeting customer di loby	Kemampuan petugas dalam menyampaikan atau menerima informasi dari tamu yang dilakukan dengan penuh perhatian, antusias, senyum dan sopan.	Menawarkan bantuan	Tingkat keramahan petugas loby saat Menawarkan bantuan kepada tamu	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.42
Membantu tamu			Tingkat perhatian petugas loby saat membantu tamu	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.43	
Menangani keluhan atau komplain			Tingkat kecepatan petugas loby saat menangani keluhan atau komplain	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.44	
Penyediaan kartu saran dan kritik			Tingkat kemudahan menyampaikan saran dan kritik	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.45	
	Menawarkan dan mengantarkan menu	Upaya untuk mengembangkan pesanan tamu dengan cara menawarkan makanan atau minuman lain sebagai pelengkap.	Menawarkan menu pelengkap	Tingkat keramahan petugas loby saat menawarkan menu pelengkap	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.46
Memahami kebutuhan pelanggan			Tingkat kecermatan petugas dalam memahami kebutuhan tamu	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.47	
Mengantarkan pesanan			Tingkat ketepatan waktu pengantaran menu pelengkap sesuai dengan yang dijanjikan	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.48	
Proses keputusan pembelian	Identifikasi kebutuhan	Proses dimana pembeli mengenali masalah atau kebutuhannya	Keterlibatan karyawan dalam membantu proses pelayanan	Tingkat Keterlibatan karyawan dalam membantu proses pelayanan	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.49
			Kesadaran konsumen akan kebutuhannya	Tingkat Kesadaran konsumen akan kebutuhannya	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.50
	Pencarian informasi	Mengumpulkan informasi mengenai menu-menu yang ada dan membuat penilaian akhir	Media informasi	Konsumen mendapatkan informasi tentang resto Pak Chi Met	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.51
	Evaluasi alternatif	Proses dimana konsumen mengolah informasi menu yang bersaing dan membuat penilaian akhir	Pencarian informasi menu-menu yang ada	Tingkat kepedulian konsumen mengenai menu – menu favorit resto Pak Chi Met	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.52
	Keputusan Pembelian	Tahap dimana konsumen memutuskan untuk melakukan keputusan pembelian				

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item	
	Pemilihan produk	Konsumen mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan yang lain	Pemilihan menu yang di tawarkan	Tingkat variasi makanan yang ditawarkan resto	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.53	
				Tingkat variasi minuman yang ditawarkan resto	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.54	
				Tingkat variasi paket yang ditawarkan resto	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.55	
	Pemilihan merek	Konsumen memutuskan resto yang akan di tuju	Pelayanan	Tingkat pelayanan resto di mata konsumen	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.56	
				rekomendasi	Tingkat pembelian berdasarkan rekomendasi	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.57
	Penentuan waktu pembelian			waktu pembelian berdasarkan liburan	Tingkat waktu pembelian berdasarkan liburan	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.58
				waktu pembelian berdasarkan waktu luang	Tingkat waktu pembelian berdasarkan waktu luang	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.59
				waktu pembelian berdasarkan bisn	Tingkat waktu pembelian berdasarkan bisnis	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.60
	Jumlah Pembelian			pembelian berdasarkan member card (VIP)	Tingkat pembelian berdasarkan member card	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.61
				pembelian berdasarkan paket menu	Tingkat pembelian berdasarkan paket menu	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.62
	Pasca pembelian	Perilaku konsumen setelah pembelian		Berkunjung kembali ke Pak Chi Met	Tingkat berkunjung kembali ke Pak Chi Met	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.63
				Merekomendasikan kembali	Tingkat merekomendasikan resto Pak Chi Met	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	4.64

3.2.3 Sumber dan Cara Penentuan Data

Data sekunder adalah struktur data histories mengenai variable-variabel yang telah dikumpulkan dan di himpun sebelumnya oleh pihak lain, Hermawan (2006:168). Data sekunder diperoleh dari studi kepustakaan dan pengumpulan data

dari literature-literatur serta sumber yang berhubungan dengan masalah yang di teliti.

Data sekunder dalam penelitian ini adalah:

- a. Statistik kunjungan wisatawan di Indonesia 2000-2007
- b. Anugrah pesona emas pariwisata kategori rumah makan dan resto tahun 2006
- c. Kunjungan wisatawan ke Kota Bandung tahun 2002-2007
- d. Pendapatan asli daerah Bandung target dan realisasi pajak resto tahun 2004-2006
- e. Klasifikasi resto berdasarkan jenisnya dikota Bandung

Data primer adalah 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 survei ataupun observasi. Data primer diperoleh dari pernyataan langsung pada resto Pak Chi Met yang menjadi objek penelitian dengan cara melalui observasi, wawancara,penyebaran kuesioner. Data primer dalam penelitian ini adalah:

- a. Target dan realisasi pendapatan resto Pak Chi Met
- b. Jumlah *guest turn over* resto Pak Chi Met di Bandung
- c. Jumlah kedatangan pengunjung di resto Pak Chi Met pada bulan Desember
- d. Sejarah perusahaan
- e. Jenis produk dan harga yang dijual

Berikut tabel dan jenis dan sumber data di resto Pak Chi Met :

Tabel 3. 2
Jenis dan Sumber Data Penelitian di Resto Pak Chi Met

Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
Statistik kunjungan wisatawan di Indonesia 2000 - 2006	Sekunder	Sumber : Statistical Report on Visitor Arrivals to Indonesia
Kunjungan wisatawan ke kota Bandung tahun 2002-2006	Sekunder	Sumber: Dinas pariwisata Kota Bandung 2006
Anugrah pesona emas pariwisata kategori rumah makan dan resto 2006	Sekunder	Sumber: Pikiran Rakyat 2006
Pendapatan asli daerah Bandung target dan realisasi pajak resto tahun 2004-2006	Sekunder	Sumber: Kompas 2006
Klasifikasi resto berdasarkan jenisnya di kota Bandung	Sekunder	Sumber: <i>Places to eat in Bandung</i>
Target dan ralisasi pendapatan Resto Pak Chi Met	Primer	Manajer Accounting Resto Pak Chi Met
Jumlah <i>guest turn over</i> resto Pak Chi Met di Bandung	Primer	Manajer Accounting Resto Pak Chi Met
Jumlah kedatangan pengunjung di Resto Pak Chi Met pada bulan Desember	Primer	Manajer Accounting Resto Pak Chi Met
Sejarah perusahaan	Primer	Manajer Accounting Resto Pak Chi Met
Struktur organisasi	Primer	Manajer Resto Pak Chi Met
Jenis, produk dan harga yang di jual	Primer	Manajer Resto Pak Chi Met

3.2.4 Populasi, Sample dan Teknik Sampel

3.2.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2008:72) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun pengertian populasi menurut Sudjana (2007:66), "Populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin hasil menghitung atau pengukuran kuantitatif maupun kualitas mengenai karakteristik-karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang dipelajari sifat-sifatnya". Suharsimi Arikunto (2006:130) mengemukakan bahwa: Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian

Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi

Berdasarkan pengertian tersebut, maka penulis menentukan konsumen pada penelitian ini dibatasi dengan karakteristik konsumen yang terdiri dari keluarga, karyawan dan lembaga yang mengunjungi Resto Pak Chi Met. Rata-rata jumlah konsumen keluarga, karyawan dan lembaga yang mengunjungi Resto Pak Chi Met dalam satu minggu adalah 2.100 orang (sumber manajemen accounting Januari 2009).

3.2.4.2 Sample

Populasi pada penelitian ini tidak diambil secara keseluruhan untuk diteliti. Hal tersebut disebabkan adanya keterbatasan biaya, tenaga dan waktu yang tersedia, sehingga peneliti menggunakan sebagian dari populasi yang ditentukan sebagai sampel, hal ini seperti yang diungkapkan Sugiyono (2008:73). Sampel yang diambil diharapkan dapat mewakili (*representative*) yang kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Bahwa tidak perlu meneliti semua individu dalam populasi, karena disamping memakan biaya yang cukup besar juga membutuhkan waktu yang lama. Dengan meneliti sebagian populasi kita mengharapkan hasil yang didapat akan dapat menggambarkan hasil populasi yang bersangkutan.

Malhotra (2005:364), "sampel adalah sub kelompok populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi. Ada beberapa faktor yang menyebabkan sampel ini digunakan diantaranya adalah keterbatasan tenaga, keterbatasan biaya dan keterbatasan waktu yang tersedia. Atas dasar hal tersebut maka diupayakan setiap subjek memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel yang dapat mewakili populasi (*representative*).

Arikunto (2006: 102) menyatakan bahwa "Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti". Dengan demikian, sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian, yaitu sebagian dari konsumen karyawan yang mengunjungi Resto Pak Chi Met. Data yang diperoleh dari hasil pra penelitian berupa populasi berukuran 2.100 orang. Dalam menentukan jumlah sampel pada penelitian ini, penulis menggunakan rumus metode Slovin dalam Husain Umar (2003:141) sebagai berikut:

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

Keterangan :

N = Populasi = 2.100 orang

n = Ukuran sampel

e = Kelongaran ketidak telitian 0.08

Berdasarkan rumus di atas, maka dapat dihitung besarnya sampel dari jumlah populasi yang ada yaitu sebagai berikut:

$$\begin{aligned} N &= 2.100 \\ e &= 0,08 \\ n &= \frac{2100}{1 + 2100 (0.10)^2} \\ n &= \frac{2100}{2200 (0.01)} \\ n &= \frac{2100}{22} \\ n &= 95.45 = 100 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, ukuran sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini dengan alpha 0,10 dan derajat kepercayaan 10%, maka diperoleh ukuran sampel (n) minimal sebesar 100 responden. Sampel yang

digunakan akan ditambah sebanyak 10 sampel untuk keperluan penelitian, sehingga ukuran sampelnya menjadi 110.

3.2.4.3 Teknik sampling

Teknik sampling merupakan salah satu teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam peneliti. Hal tersebut senada dengan pendapat Sugiyono (2008:73), bahwa teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel dan populasi pada penelitian, dan teknik sampling pada penelitian ini menggunakan *Simple Random Sampling* karena responden dianggap homogen dan merupakan populasi yang bergerak (*mobile population*)

Penelitian ini mendeskripsikan observasi yang dilakukan pada Resto Pak Chi Met kelompok konsumen Resto Pak Chi Met, yaitu keluarga, karyawan dan lembaga. Sedangkan unit analisisnya adalah *Kemampuan karyawan, Physical Evidence dan Process* pada Resto Pak Chi Met yang bergerak dalam industri jasa. Dengan menggunakan teknik *Simple Random Sampling*, penulis menentukan sampel penelitian sebesar 100 responden. Untuk mendapatkan data, maka digunakan cara yang sistematis dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Tentukan populasi sasaran, dalam penelitian ini yang dijadikan populasi sasaran adalah seluruh konsumen Resto Pak Chi Met Sukajadi Kota Bandung.
2. Tentukan tempat tertentu sebagai *check point*, dalam penelitian ini yang menjadi tempat *check point* adalah pintu utama Resto Pak Chi Met
3. Tentukan waktu yang digunakan untuk menentukan sampling, waktu yang digunakan peneliti adalah pukul 12.00-22.00 WIB setiap hari.
4. Melaksanakan orientasi secara cermat, terutama pada *check point*, orientasi ini dijadikan dasar untuk menentukan interval pemilihan pertama atau dasar

kepadatan pengunjung, berdasarkan prapenelitian maka rata-rata jumlah konsumen keluarga, karyawan dan lembaga yang mengunjungi Resto Pak Chi Met dalam 1 Minggu adalah 2.100 orang. Dengan kapasitas kursi di resto Pak Chi Met Sukajadi sebesar 160.

5. Tentukan ukuran sample, rumus yang digunakan untuk mencari ukuran sample dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus Slovin, sehingga setelah dihitung diperoleh sampel berukuran 100. Untuk penyebaran kuesioner yang dilakukan setiap hari selama seminggu dapat dilihat pada tabel 3.3 berikut:

TABEL 3.3
PENYEBARAN PROPORSI SAMPEL SETIAP HARI SELAMA
SEMINGGU UNTUK KONSUMEN KARYAWAN DI RESTO PAK CHI MET KOTA
BANDUNG

Hari	Jumlah Pengunjung Setiap Hari Selama Satu Minggu	Sampel	Jumlah
Senin	199	$199/2100 \times 160$	15
Selasa	200	$200/2100 \times 160$	16
Rabu	200	$200/2100 \times 160$	16
Kamis	218	$218/2100 \times 160$	16
Jum'at	320	$320/2100 \times 160$	24
Sabtu	476	$476/2100 \times 160$	36
Minggu	487	$487/2100 \times 160$	37
Total	2100		

Sumber : Hasil Observasi di Lapangan

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang diperoleh penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Wawancara terstruktur, merupakan teknik komunikasi langsung dengan subyek yang menjadi sumber informasi untuk memperoleh data yang diperlukan dengan berpedoman pada daftar pertanyaan yang sudah disiapkan. Wawancara

ditujukan pada Kepala Pemilik Resto Pak Chi Met, Manajer resto Pak Chi Met, Manajer Keuangan Resto Pak Chi Met, Karyawan Resto Pak Chi Met yang diwawancara pada waktu pra penelitian dilakukan.

2. Kuesioner, merupakan alat pengumpul data dengan membuat pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan langsung dengan pengaruh Kemampuan karyawan, Bukti fisik, Proses pelayanan terhadap proses keputusan pembelian konsumen yang diajukan kepada responden untuk dijawab dengan cara memilih jawaban yang tersedia sesuai dengan keinginan responden. Daftar pertanyaan dibuat dalam bentuk sederhana dengan metode pertanyaan terbuka yang diberikan kepada konsumen karyawan di Resto Pak Chi Met Kota Bandung.
3. Dokumen, merupakan teknik pengumpulan data sekunder yang dilakukan dengan cara mencatat dokumen-dokumen yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti dan tanggapan konsumen terhadap proses keputusan pembelian di resto Pak Chi Met.
4. Observasi, merupakan pengamatan langsung terhadap lokasi Resto Pak Chi Met dan kegiatan yang berlangsung di Resto Pak Chi Met yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti dan tanggapan konsumen terhadap proses keputusan pembelian di Resto Pak Chi Met.
5. Studi literature, merupakan usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang berkaitan dengan masalah dan variabel yang diteliti.

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reabilitas

Pada suatu penelitian data merupakan hal yang paling penting. Hal tersebut disebabkan karena data merupakan gambaran dari variabel yang diteliti serta berfungsi membentuk hipotesis. Oleh karena itu benar tidaknya data akan sangat

menentukan mutu hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliabel. Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrument, dimana suatu instrument yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrument yang kurang berarti memiliki validitas rendah (Arikunto, 2006:145).

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan dari suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang memiliki validitas rendah.

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

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Dimana :

r = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y, dua variabel yang dikorelasikan (Arikunto, 2006:146)

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Arikunto (2006:245) adalah sebagai berikut :

TABEL 3.4
Interpretasi Besarnya Koefisien Korelasi

Besarnya Nilai	Interpretasi
Antara 0,700 sampai dengan 1,00	Sangat tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,500	Tinggi
Antara 0,500 sampai dengan 0,400	Agak tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,300	Sedang
Antara 0,300 sampai dengan 0,200	Agak tidak tinggi
Antara 0,200 sampai dengan 0,100	Tidak tinggi
Antara 0,100 sampai dengan 0,000	Sangat tidak tinggi

Sumber : 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 konsumen resto Pak Chi Mat Sukajadi Bandung, 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 $t_{hitung} < t_{tabel}$

Berikut ini adalah hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti.

Table 3.5
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS INSTRUMEN

No. item	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Karyawan membantu dalam pemilihan paket, makanan dan minuman	0,574	0,374	Valid
2	Sikap karyawan melayani tamu	0,549	0,374	Valid
3	Karyawan ramah melayani tamu	0,548	0,374	Valid
4	Suara karyawan menyambut tamu	0,576	0,374	Valid
5	Kejelasan karyawan dalam menawarkan menu	0,559	0,374	Valid
6	Kesantunan karyawan dalam berbicara	0,559	0,374	Valid
7	Kesesuaian prilaku dilihat dari bahasa tubuh	0,545	0,374	Valid
8	Keaktifan karyawan menawarkan makanan dan minuman pendamping	0,504	0,374	Valid
9	Kecepatan karyawan menangani masalah konsumen	0,559	0,374	Valid
10	Hubungan karyawan dengan tamu	0,536	0,374	Valid
11	Karyawan memperhatikan kebutuhan konsumen	0,577	0,374	Valid
12	Kecepatan karyawan dalam membantu tamu	0,564	0,374	Valid
13	Design resto Pak Chi Met	0,547	0,374	Valid
14	Pengaturan tata letak meja dan kursi	0,512	0,374	Valid
15	Suasana di resto Pak Chi Met	0,593	0,374	Valid
16	Tersedia fasilitas toilet	0,574	0,374	Valid
17	Tersedia fasilitas parker	0,551	0,374	Valid
18	Tersedia fasilitas mushola	0,616	0,374	Valid
19	Tersedia fasilitas wastafel	0,522	0,374	Valid
20	Kebersihan peralatan makan	0,561	0,374	Valid
21	Kebersihan peralatan minum	0,600	0,374	Valid
22	Keunikan peralatan makan dan minum	0,530	0,374	Valid
23	Kejelasan petunjuk toilet	0,564	0,374	Valid

No. item	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
24	Kejelasan petunjuk fasilitas parker	0,522	0,374	Valid
25	Kejelasan petunjuk mushola	0,553	0,374	Valid
26	Kejelasan petunjuk wastafel	0,555	0,374	Valid
27	Petugas greeter menyambut tamu	0,559	0,374	Valid
28	Petugas greeter saat menyapa tamu	0,580	0,374	Valid
29	Petugas greeter saat memberi salam kepada tamu	0,559	0,374	Valid
30	Kerapihan petugas greeter	0,567	0,374	Valid
31	Kebersihan petugas greeter	0,552	0,374	Valid
32	Keramahan petugas waiters saat menyapa tamu	0,502	0,374	Valid
33	Keramahan petugas waiters saat menawarkan menu	0,522	0,374	Valid
34	Keramahan petugas waiters saat membantu memilihkan menu	0,551	0,374	Valid
35	Petugas dalam menyampaikan info produk dan jasa	0,533	0,374	Valid
36	Petugas dalam melayani pelanggan	0,586	0,374	Valid
37	Petugas kasir dalam menghitung pembelian	0,559	0,374	Valid
38	Petugas kasir dalam menghitung transaksi	0,643	0,374	Valid
39	Petugas kasir dalam mengembalikan uang kembalian	0,551	0,374	Valid
40	Petugas kasir mengucapkan terima kasih	0,550	0,374	Valid
41	Petugas kasir memberikan bukti pembayaran	0,522	0,374	Valid
42	Petugas loby saat menawarkan bantuan	0, 550	0,374	Valid
43	Petugas loby saat membantu tamu	0,526	0,374	Valid
44	petugas loby saat menangani keluhan atau complain	0,522	0,374	Valid
45	Penyampaian saran dan kritik	0, 550	0,374	Valid
46	Petugas loby saat menawarkan menu pelengkap	0,526	0,374	Valid

No. item	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
47	Petugas memahami kebutuhan tamu	0,502	0,374	Valid
48	Mengantar menu pelengkap sesuai dengan yang di pesan	0,531	0,374	Valid
49	Karyawan membantu proses pelayanan	0,630	0,374	Valid
50	Konsumen mengetahui menu Pak Chi Met	0,599	0,374	Valid
51	Informasi menu resto Pak Chi Met	0,746	0,374	Valid
52	Mengetahui menu favorit resto Pak Chi Met	0,778	0,374	Valid
53	Variasi menu yang ditawarkan	0,652	0,374	Valid
54	Variasi minuman yang di tawarkan	0,713	0,374	Valid
55	Variasi paket yang di tawarkan	0,513	0,374	Valid
56	Pelayanan resto Pak Chi Met	0,771	0,374	Valid
57	Pembelian berdasarkan rekomendasi	0,599	0,374	Valid
58	Pembelian berdasarkan liburan	0,778	0,374	Valid
59	Pembelian berdasarkan waktu luang	0,746	0,374	Valid
60	Waktu Pembelian berdasarkan bisnis	0,755	0,374	Valid
61	Pembelian berdasarkan member card	0,744	0,374	Valid
62	Pembelian berdasarkan paket menu	0,788	0,374	Valid
63	Konsumen datang kembali	0,615	0,374	Valid
64	Konsumen merekomendasikan Pak Chi Met	0,616	0,374	Valid

3.2.6.2 Pengujian Realibilitas

Reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan tertentu (Arikunto, 2006:145).

Pengujian reliabilitas instrumen dengan rentang skor antara 1-7 menggunakan rumus *Cronbach alpha*, yaitu:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right) \quad (\text{Umar, 2003:146})$$

Keterangan:

r_{11}	= Reliabilitas instrumen
k	= Banyaknya butir pertanyaan
σ_t^2	= Varians total
$\sum \sigma_b^2$	= Jumlah varian butir

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varians tiap butir, kemudian jumlahkan, seperti berikut ini:

$$\sigma = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n} \quad (\text{Umar, 2003:147})$$

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Jika koefisien internal seluruh item (r_i) $\geq r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.

- 2) Jika koefisien internal seluruh item (r_i) < r_{tabel} dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Perhitungan validitas dan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program aplikasi SPSS 13 for window. Adapun langkah-langkah menggunakan SPSS 13 for window sebagai berikut:

- 1) Memasukkan data variabel X dan variabel Y setiap item jawaban responden atas nomor item pada data view.
- 2) Klik variabel view, lalu isi kolom *name* dengan variabel-variabel penelitian (misalnya X, Y) *width*, *decimal*, *label* (isi dengan nama-nama atas variabel penelitian), *coloum*, *align*, (*left*, *center*, *right*, *justify*) dan isi juga kolom *measure* (skala: ordinal).
- 3) Kembali ke data view, lalu klik *analyze* pada toolbar pilih *Reliability Analyze*
- 4) Pindahkan variabel yang akan diuji atau klik Alpha, OK.
- 5) Dihasilkan output, apakah data tersebut valid serta reliabel atau tidak dengan membandingkan data hitung dengan data tabel.

3.2.6.3 Hasil Pengujian Validitas

Pengujian validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana instrumen yang digunakan dapat dipakai untuk mengukur akurasi penelitian. Pengujian validitas di maksudkan sebagai ukuran seberapa cermat suatu alat uji melakukan fungsi ukurannya. Suatu alat ukur yang validitasnya tinggi akan mempunyai variant kesalahan yang kecil sehingga data yang terkumpul merupakan data yang dapat dipercaya. Dari penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari dimensi bauran pemasaran jasa yang terdiri dari *Product*, *People*, *Physicall Evidence* dan *Process*.

Sebagai variabel X (independent) dan Variabel Y (dependent) yang dapat dilihat melalui pembelian ulang konsumen.

Berdasarkan jumlah angket yang diuji kepada 30 konsumen Resto Pak Chi Met dengan tingkat signifikansi 10% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ ($30-2=28$) maka didapat nilai r_{tabel} sebesar 0,374. dapat diketahui bahwa semua butir soal dari instrument valid, karena setiap pernyataan memiliki r_{hitung} yang lebih besar daripada r_{tabel} , (0,374) sehingga item-item yang pertanyaan tersebut dapat dijadikan sebagai alat ukur dari variable yang akan diteliti.

Hasil pengujian validitas dari penelitian ini menunjukkan bahwa pada variabel program bauran pemasaran jasa yang memperoleh validitas paling tinggi adalah Bukti Fisik. Selain itu, validitas paling rendah di peroleh oleh dimensi kemampuan karyawan . Sedangkan pada variabel Keputusan pembelian paling tinggi diperoleh item soal penentuan waktu pembelian, sedangkan validitas paling rendah diperoleh oleh item soal pemilihan produk.

3.2.6.4 Hasil Pengujian Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah instrumen ukuran yang digunakan menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan, atau konsistensi meskipun pengukuran dilakukan pada waktu yang berbeda. Pengujian keadaan dilakukan terhadap pernyataan yang sudah valid untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran kembali terhadap gejala yang sama.

Pertanyaan reliabel apabila harga r_{11} pada thitung > rtabel tingkat kepercayaan 90% dan dk ($n-2$)

TABEL 3.6
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 3.7 berikut ini:

TABEL 3.7
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No.	Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
1	Kemampuan karyawan	0,376	0,374	Reliabel
2	Bukti fisik	0,432	0,374	Reliabel
3	Proses	0,548	0,374	Reliabel
4	Keputusan pembelian	0,762	0,374	Reliabel

Sumber hasil pengolahan data 2009

Berdasarkan hasil pengujian dapat diketahui bahwa semua variabel reliabel karena skor nilai r_{hitung} lebih besar dari skor r_{tabel} . Ini menunjukkan bahwa instrument tersebut dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data dan akan memberikan hasil ukuran yang sama. Hasil dari pengujian reliabilitas instrument penelitian ini melibatkan bahwa memperoleh reliabilitas paling besar adalah keputusan pembelian, proses dan bukti fisik, sedangkan yang memperoleh reliabilitas paling rendah adalah variabel Kemampuan karyawan.

3.3 Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

3.3.1 Rancangan Teknik Analisis

Pengolahan data yang terkumpul dari hasil kuesioner dapat dikelompokkan menjadi 3 langkah yaitu persiapan, tabulasi dan penempatan data pada pendekatan penelitian. Pada tahap persiapan, kegiatan yang dilakukan berupa pengumpulan dan pemeriksaan kelengkapan lembar kuesioner dan memberikan nilai (*scoring*). Sesuai dengan system penelitian yang telah ditetapkan, kuesioner tertutup dengan menggunakan skala nominal, nilai yang diperoleh merupakan indikator untuk pasangan variabel independent X_1 , X_2 , X_3 dan variabel dependen y , sebagai berikut: (X_1, Y) , (X_2, Y) , dan (X_3, Y) diasumsikan berhubungan secara linier dari data tabulasi pendekatan yang digunakan peneliti dan disesuaikan dengan kebutuhan penelitian.

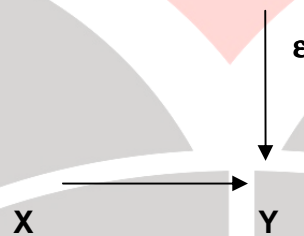
Kemampuan karyawan, bukti fisik, dan proses pelayanan yang terdapat di resto Pak Chi Met diolah dengan cara menganalisis setiap responden melalui butir-butir pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner untuk melihat hasil penelitian (positif atau negatif). Responden terhadap pelaksanaan variabel tersebut diteliti dengan menggunakan skala likert. Sedangkan untuk menganalisis hubungan korelatif digunakan analisis matrik yang ditunjukkan dengan analisis jalur (*Path Analysis*). Sesuai keperluan pengujian data dari variabel penelitian mempunyai skala yang sama yaitu skala ordinal.

Analisis yang digunakan dalam penelitian adalah analisis deskriptif variabel yang bersifat kualitatif dan pengujian hipotesis melalui uji statistik untuk analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif ditekankan untuk mengungkapkan variabel penelitian. Sedangkan analisis deskriptif atau kualitatif digunakan untuk menganalisis perilaku faktor penyebab. Metode analisis yang digunakan berupa cross-sectional analisis

yang bersifat komprehensif. Untuk keperluan penelitian maka peneliti menggunakan langkah-langkah sebagai berikut. Sesuai dengan operasionalisasi variabel diperoleh nilai variabel tersebut. Data mengenai *Kemampuan karyawan*, *Physical Evidence* dan *Process* dan proses keputusan pembelian adalah data yang bersekala ordinal melalui pertanyaan tertutup (*closed-and question*). Setiap item ditentukan dengan menggunakan peringkat yang terdiri dari 7 alternatif jawaban.

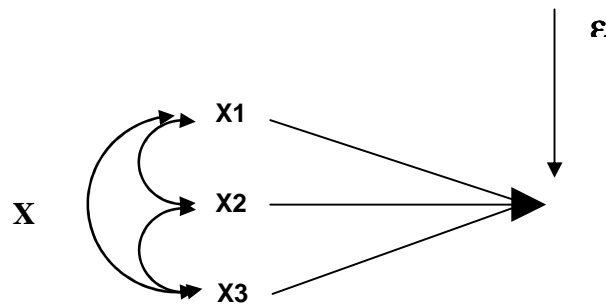
Struktur hubungan antara Kemampuan karyawan (X_1), Bukti Fisik (X_2), proses (X_3) dan proses keputusan pembelian (Y) diuji melalui analisis jalur dengan hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara Kemampuan karyawan (X_1), Bukti Fisik (X_2), proses (X_3) terhadap proses keputusan pembelian konsumen (Y). Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut.

1. Menggambar struktur hipotesis



GAMBAR 3.1
DIAGRAM JALUR HIPOTESIS I

2. Selanjutnya diagram hipotesis di atas diterjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.3 berikut.



GAMBAR 3.2

PARADIGMA GAMBAR PENGARUH X DAN Y

Keterangan: X_1 = Kemampuan Karyawan X_2 = Bukti Fisik X_3 = Proses Y = Proses Keputusan Pembelian Konsumen ϵ = Epsilon (Variabel Lain)

3. Menghitung matriks korelasi antar variabel bebas

$$R_1 = \begin{bmatrix} X_1 & X_2 & X_3 \\ 1 & r_{X_{1.1}X_{1.2}} & r_{X_{1.3}X_{1.1}} \\ & 1 & r_{X_{1.3}X_{1.2}} \\ & & 1 \end{bmatrix}$$

4. Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis

Menghitung matriks invers korelasi

$$R_1^{-1} = \begin{bmatrix} X_1 & X_2 & X_3 \\ C_{1.1} & C_{1.1.1.2} & C_{1.1.1.3} \\ & C_{1.2.1.2} & C_{1.2.1.3} \\ & & C_{1.3.1.3} \end{bmatrix}$$

5. Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus

Menghitung matriks invers korelasi

$$\begin{pmatrix} Pyx_{1.1} \\ Pyx_{1.2} \\ Pyx_{1.3} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} X_{1.1} & X_{1.2} & X_{1.3} \\ C_{1.1} & C_{1.1.1.2} & C_{1.1.1.3} \\ & C_{1.2.1.2} & C_{1.2.1.3} \\ & & C_{1.3.1.3} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} ryx_{1.1} \\ ryx_{1.2} \\ ryx_{1.3} \end{pmatrix}$$

6. Hitung R²Y (X₁, X₂, X₃) yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total X₁, X₂, X₃, X₄, X₅ terhadap Y dengan menggunakan rumus

$$R^2Y (X_{1.1}, \dots, X_{1.5}) = [P_{yx1.1}, \dots, P_{yx1.5}] \begin{pmatrix} r_{yx1.1} \\ \dots \\ \dots \\ \dots \\ r_{yx1.5} \end{pmatrix}$$

a. Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel

Pengaruh X₁ Terhadap Y

Pengaruh X₁ terhadap Y

Pengaruh Langsung = PYX_{1.1} · PYX_{1.1}

Pengaruh tidak langsung melalui (X_{1.2}) = PYX_{1.1} · rX_{1.1}X_{1.2} · PYX_{1.2}

Pengaruh tidak langsung melalui (X_{1.3}) = PYX_{1.1} · rX_{1.1}X_{1.3} · PYX_{1.3} +

Pengaruh total X₁ terhadap Y =

Pengaruh X₂ terhadap Y

Pengaruh Langsung = PYX_{1.2} · PYX_{1.2}

Pengaruh tidak langsung melalui (X_{1.1}) = PYX_{1.2} · rX_{1.2}X_{1.1} · PYX_{1.1}

Pengaruh tidak langsung melalui (X_{1.3}) = PYX_{1.2} · rX_{1.2}X_{1.3} · PYX_{1.3} +

Pengaruh total X₂ terhadap Y =

Pengaruh X_3 terhadap Y	
Pengaruh Langsung	$= PYX_{1.3} \cdot PYX_{1.3}$
Pengaruh tidak langsung melalui $(X_{1.1})$	$= PYX_{1.3} \cdot r_{X_{1.3}X_{1.1}} \cdot PYX_{1.1}$
Pengaruh tidak langsung melalui $(X_{1.2})$	$= PYX_{1.3} \cdot r_{X_{1.3}X_{1.2}} \cdot PYX_{1.2} +$
Pengaruh total X_3 terhadap Y	$= \dots\dots\dots$

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

$$P_{X_2\epsilon} = \sqrt{1 - R^2_{X_2(X_{1.1}, X_{1.2}, X_{1.3}, X_{1.4}, X_{1.5})}}$$

7. Pengujian secara keseluruhan dengan uji F

Keputusan penerimaan atau penolakan H_0

a. Rumusan hipotesis operasional

$H_0: PYX_{1.1} = PYX_{1.2} = PYX_{1.3} = PYX_{1.4} = PYX_{1.5} = 0$

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

digunakan adalah

$$F = \frac{(n - k - 1) \sum_{i=1}^k P_{X_1X_i} r_{X_1X_i}}{k(1 - \sum_{i=1}^k P_{X_1X_i} r_{X_1X_i})}$$

b. Pengujian secara individual dengan uji t

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, statistik yang digunakan adalah

$$t = \frac{P_{X_1X_i} - P_{X_1X_j}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{2(X_{1.1}, X_{1.2}, X_{1.3}, X_{1.4}, X_{1.5})})(C_{ii} + C_{jj} + C_{jj'})}{(n - k - 1)}}$$

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

Langkah-langkah teknik analisis data di atas, dibantu dengan menggunakan Software program SPSS Versi 13.0 yaitu menguji pengaruh variabel kemampuan karyawan (X_1), bukti fisik (X_2), proses (X_3), terhadap proses keputusan pembelian konsumen (Y).

3.3.2 Rancangan Uji Hipotesis

Secara statistik hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat di tulis sebagai berikut:

1. Hipotesis utama:

$H_i : \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif kemampuan karyawan, bukti fisik dan proses terhadap proses keputusan pembelian di resto Pak Chi Met

2. Sub Hipoteis pertama

$H_i : \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kemampuan karyawan terhadap proses keputusan pembelian di Resto Pak Chi Met

3. Sub Hiopotesis Kedua

$H_i : \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan *Bukti fisik* terhadap proses keputusan pembelian di Resto Pak Chi Met

4. sub hipotesis ketiga

$H_i : \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan *Proses* terhadap proses keputusan pembelian di Resto Pak Chi Met

Untuk menguji keberartian koefisien korelasi antara variabel X dan Y dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} yaitu dengan menggunakan rumus distribusi student ($t_{student}$). Rumus dari *distribusi student* adalah:

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

(Sudjana, 2001:62)

keterangan:

t = distribusi student

r = koefisien korelasi *product moment*

n = banyaknya data

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak

Pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan dk (n-2) serta pada uji satu pihak, yaitu uji pihak kanan. Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut :

$H_o : \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif antara *Kemampuan karyawan*, *Physical Evidence* dan *Process* dengan keputusan pembelian pada Resto Pak Chi Met.

