



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

##### 3.1.1 Variabel Penelitian

Variabel merupakan suatu atribut dari sekelompok objek yang diteliti, mempunyai variasi antara satu dan lainnya dalam kelompok tersebut (Sugiono, 2002) yang menjadi variabel dalam penelitian ini adalah:

##### 1. Variabel Independen

Variabel independen dilambangkan dengan (X) adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang berpengaruh positif maupun yang pengaruhnya negatif (Ferdinand, 2006:26). Variabel independen dalam penelitian ini adalah:

- *Tangible* (X1)
- *Reliability* (X2)
- *Responsiveness* (X3)
- *Assurance* (X4)
- *Emphaty* (X5)
- *Price* (X6)

## 2. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang menjadi pusat perhatian utama peneliti. Hakekat sebuah masalah mudah terlihat dengan mengenali berbagai variabel dependen yang digunakan dalam sebuah model. Variabilitas atau atas faktor inilah yang berusaha untuk dijelaskan oleh seorang peneliti (Ferdinand, 2006:26). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah : kepuasan konsumen (Y)

### 3.1.2 Definisi Operasional

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati (Azwar, 1997:74). Definisi operasional dalam penelitian ini meliputi :

Tabel 3.1  
Referensi Variabel

N o.	Variabel	Definisi	Indikator	Referensi
1.	<b>Bukti Fisik (Tangibles)</b>	kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. yang merupakan bukti nyata pelayanan yang diberikan.	Restoran Sushi-Tei memiliki tempat yang nyaman dan bersih  Ruangan Sushi-Tei memiliki dekorasi yang menarik  Sushi-Tei memiliki tampilan makanan yang menarik  Fasilitas pelengkap yang disediakan Sushi-Tei (kursi, meja, wastafel,dll) bersih dan dalam keadaan baik  Karyawan Sushi-Tei berpenampilan bersih dan rapih	Manwa, H. (2011), "Do Bostwana's Restaurant Meet Customers Expectations?" , <i>African Journal of Marketing Management</i> , Vol. 3 No. 1, pp.14-21.
2.	<b>Kehandalan</b>	kemampuan	Karyawan Sushi-Tei cekatan dalam	Manwa, H.

	<b>(Reliability)</b>	<p>perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya, termasuk dalam kualitas produk yang dijanjikan.</p>	<p>memberikan informasi dan menanggapi kebutuhan akan pesanan anda</p> <p>Karyawan Sushi-Tei (kasir) akurat dalam melakukan perhitungan administrasi pada saat anda membayar</p> <p>Karyawan Sushi-Tei menyampaikan layanan secara tepat sesuai dengan pesanan pembeli</p> <p>Sushi-Tei memiliki karyawan yang terlatih dan berpengalaman</p> <p>Sushi-Tei menghadirkan makanan yang masih segar</p>	<p>(2011), "Do Bostwana's Restaurant Meet Customers Expectations?" , <i>African Journal of Marketing Management</i>, Vol. 3 No. 1, pp.14-21.</p> <p>Andaleeb, S., Conway, C. (2006), "Customer Satisfaction in the Restaurant Industry: an Examination of the Transaction-Specific Model", <i>Journal of Service Marketing</i>, Vol. 20 No. 1, pp 3-11.</p>
3.	<b>Daya Tanggap (Responsiveness)</b>	<p>keinginan para staf untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat kepada pelanggan dengan</p>	<p>Saya tidak terlalu lama mengantri dalam memesan makanan ataupun minuman</p> <p>Karyawan Sushi-Tei memiliki pengetahuan mengenai hal-hal yang harus dikerjakannya</p> <p>Karyawan Sushi-Tei merespon keluhan pengunjung dengan cepat</p>	<p>Manwa, H. (2011), "Do Bostwana's Restaurant Meet Customers Expectations?" , <i>African Journal of Marketing Management</i>,</p>

		penyampaian informasi yang jelas.	Karyawan Sushi-Tei dapat menyelesaikan keluhan pengunjung dengan cepat  Sushi-Tei memberikan tanggapan yang baik ketika menerima saran dari pelanggan	Vol. 3 No. 1, pp.14-21.
4.	<b>Jaminan (Assurances)</b>	mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dipercaya dimiliki para staf, bebas dari bahaya risiko dan keraguan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.	Anda yakin dan percaya dengan kemampuan karyawan Sushi-Tei  Karyawan Sushi-Tei sopan dan ramah  Karyawan Sushi-Tei antusias dalam bekerja  Karyawan Sushi-Tei memiliki pengetahuan tentang menu yang dipesan	Manwa, H. (2011), "Do Bostwana's Restaurant Meet Customers Expectations?" , <i>African Journal of Marketing Management</i> , Vol. 3 No. 1, pp.14-21.
5.	<b>Empati (Empathy)</b>	memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan	Restoran Sushi-Tei memberikan perhatian secara individual kepada pengunjung Restoran Sushi-Tei (memberi ucapan selamat ulang tahun atau anniversary jika ada pesanan dari pengunjung yang ulang tahun, dan ucapan selamat lainnya)  Karyawan Sushi-Tei bersedia melayani permintaan khusus pelanggan (menyalakan lilin ketika ada yang berulang tahun, dll)  Karyawan Sushi-Tei sangat antusias	Manwa, H. (2011), "Do Bostwana's Restaurant Meet Customers Expectations?" , <i>African Journal of Marketing Management</i> , Vol. 3 No. 1, pp.14-21.

			dalam melayani anda Karyawan Restoran Sushi-Tei dapat menjawab setiap pertanyaan anda dengan baik	
6.	<b>Harga (Price)</b>	nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang atau jasa berikut pelayanannya	Sushi Tei menawarkan harga yang sesuai dengan kualitas yang diberikan  Anda membayar sesuai dengan yang anda rencanakan	Andaleeb, S., Conway, C. (2006), "Customer Satisfaction in the Restaurant Industry: an Examination of the Transaction-Specific Model", <i>Journal of Service Marketing</i> , Vol. 20 No. 1, pp 3-11.
7.	<b>Kepuasan (Satisfaction)</b>	perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapannya	Secara keseluruhan, saya puas dengan pengalaman saya menikmati hidangan di Sushi-Tei  Suatu saat saya akan kembali untuk menikmati makanan di Sushi-Tei  Saya akan merekomendasikan orang-orang untuk makan di Sushi-Tei  Jika dibandingkan dengan restoran sejenis, Sushi-Tei memiliki kualitas pelayanan yang sangat baik	Andaleeb, S., Conway, C. (2006), "Customer Satisfaction in the Restaurant Industry: an Examination of the Transaction-Specific Model", <i>Journal of Service Marketing</i> , Vol. 20 No. 1, pp 3-11.

Sumber : Data Sekunder yang diolah ,2011

## **3.2 Penentuan Sampel**

### **3.2.1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2004). Menurut Kountur (2004) populasi adalah suatu kumpulan menyeluruh dari suatu obyek yang merupakan perhatian peneliti. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Restoran Sushi-Tei Alam Sutra . Penulis memilih Restoran Sushi-Tei Alam Sutra karena Sushi Tei Alam Sutra merupakan cabang terbaru dari cabang Sushi-Tei sehingga diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan restoran tersebut.

### **3.2.2. Sampel dan Teknik Sampling**

Sampel adalah sejumlah penduduk yang kurang dari jumlah populasi (Hadi 1994) atau dapat dikatakan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiono, 2004). Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi (jumlahnya lebih sedikit daripada jumlah populasinya)

Teknik sampling yang penulis gunakan adalah Judgmental Sampling, yakni sampel dipilih berdasarkan penilaian peneliti bahwa dia adalah pihak yang paling baik untuk dijadikan sampel penelitiannya, yakni responden yang telah mengkonsumsi Sushi Tei Alam Sutra minimal sebanyak dua kali. Jadi, Sampel yang

digunakan pada penelitian ini adalah konsumen Restoran Sushi-Tei Alam Sutra yang berdomisili di Tangerang.

Penentuan jumlah sampel minimum menurut Hair dkk (1995) adalah tergantung pada jumlah indikator dikalikan lima. Selanjutnya Hair dkk juga menyatakan bahwa ukuran sampel yang sesuai adalah 100-200 sampel. Penentuan jumlah sampel yang representatif tergantung pada jumlah indikator dikali 5 hingga 10 (Ferdinand,2006), sehingga jumlah sampel yang representatif pada penelitian ini ialah :

- Sampel minimal = Jumlah indikator x 5  
= 29 x 5  
= 145
- Sampel maksimal = Jumlah indikator x 10  
= 29 x 10  
= 290

Dengan mengacu pada kedua pendapat tersebut dan berdasarkan pertimbangan diatas, maka jumlah sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah 145.

### 3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini terdiri data primer dan data sekunder.

#### 1. Data Primer

Data yang merupakan informasi yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumbernya. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian

kuesioner oleh responden, yaitu para tamu yang pernah menyantap hidangan di Restoran Sushi Tei.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, baik berupa keterangan maupun literatur yang ada hubungannya dengan penelitian.

### 3.3.1. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data penelitian ini menggunakan :

#### 1. Metode Angket (Kuesioner)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab oleh responden (Sugiyono, 2004)

Pertanyaan pada angket berpedoman pada indikator-indikator variabel, pengerjaannya dengan memilih salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan. Setiap butir pertanyaan disertai lima jawaban dengan menggunakan skala skor nilai.

Dalam penelitian ini metode angket digunakan untuk memperoleh informasi dari konsumen, pertanyaan mengungkap tentang penetapan harga, harapan konsumen, pelayanan Perusahaan Sushi-Tei, dan loyalitas konsumen. Metode angket yang digunakan adalah metode angket tertutup, dimana responden tidak diberi kesempatan menjawab dengan kata-kata sendiri. Metode ini digunakan untuk mengungkap data

tentang kualitas pelayanan, penetapan harga, kepuasan konsumen, serta loyalitas konsumen.

Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner likert dimana setiap jawaban tidak hanya sekedar “setuju” dan “tidak setuju” saja melainkan dibuat dengan lebih banyak kemungkinan jawaban (Sugiyono, 2004). Berikut penskoran angket:

- |                                |          |
|--------------------------------|----------|
| a. Jawaban sangat setuju       | skor = 4 |
| b. Jawaban setuju              | skor = 3 |
| c. Jawaban tidak setuju        | skor = 2 |
| d. Jawaban sangat tidak setuju | skor = 1 |

## 2. Observasi

Merupakan metode penelitian dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung pada obyek penelitian

## 3. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca buku-buku, literatur, jurnal-jurnal, referensi yang berkaitan dengan penelitian ini dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

### 3.4 Teknik Pengolahan Data

Agar data yang telah dikumpulkan dapat bermanfaat, maka data harus diolah dan dianalisis sehingga dapat digunakan untuk menginterpretasikan dan dapat digunakan

sebagai dasar dalam pengambilan keputusan. Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif.

### 3.4.1 Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif merupakan analisis yang digunakan terhadap data yang berwujud angka-angka dan cara pembahasannya dalam penelitian ini menggunakan program SPSS for Windows 19.0. Adapun metode pengolahannya sebagai berikut :

#### 1. *Editing*

Memilih atau mengambil data yang perlu dan membuang data yang dianggap tidak perlu, untuk memudahkan perhitungan dalam pengujian hipotesa.

#### 2. *Coding* (Pemberian Kode)

Proses pemberian kode tertentu terhadap macam dari kuesioner untuk kelompok ke dalam kategori yang sama

#### 3. *Scoring* (Pemberian Scor)

Scoring adalah suatu kegiatan yang berupa penelitian atau pengharapan yang berupa angka-angka kuantitatif yang diperlukan dalam perhitungan hipotesa. Dalam perhitungan scoring digunakan skala likert yang pengukurannya sebagai berikut (Sugiyono, 2004:87)

- |                                |          |
|--------------------------------|----------|
| a. Jawaban sangat setuju       | skor = 4 |
| b. Jawaban setuju              | skor = 3 |
| c. Jawaban tidak setuju        | skor = 2 |
| d. Jawaban sangat tidak setuju | skor = 1 |

## **3.5 Teknik Analisis Data**

### **3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas**

#### **3.5.1.1 Uji Validitas**

Pengujian terhadap validitas dan reliabilitas instrumen yang digunakan dalam penelitian agar instrumen tersebut lebih akurat dan dapat dipercaya.

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti sehingga dapat diperoleh hasil penelitian yang valid. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2003).

Perhitungan dilakukan dengan bantuan program SPSS. Nilai faktor loading  $>0,4$  menunjukkan sebagai item yang valid. Pengukuran validitas instrumen diperoleh dari hasil ujicoba instrumen terhadap 145 responden.

#### **3.5.1.2 Reliabilitas**

Analisis ini digunakan untuk menunjukkan kemampuannya untuk mengukur tanpa kesalahan dan hasilnya selalu konsisten (tetap sama), meskipun digunakan oleh orang lain atau di tempat lain untuk mengukur hal yang sama. Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* (Sugiyono,

2003. Apabila nilai  $\alpha > 0,70$ . Perhitungan reliabilitas alat ukur penelitian ini dilakukan dengan bantuan program komputer *SPSS 19.0 for Windows*.

Pengukuran reliabilitas instrumen diperoleh dari hasil ujicoba instrumen terhadap 145 responden.

### **3.5.2 Uji Asumsi Klasik**

Suatu model regresi yang baik harus memenuhi tidak adanya masalah asumsi klasik dalam modelnya. Jika masih terdapat asumsi klasik maka model regresi tersebut masih memiliki bias. Jika suatu model masih mengalami masalah asumsi klasik, maka akan dilakukan langkah revisi model ataupun penyembuhan untuk menghilangkan masalah tersebut. Oleh karena itu, uji asumsi klasik perlu dilakukan. Pengujian-pengujian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

#### **3.5.2.1 Uji Normalitas**

Pengujian normalitas dilakukan terhadap residual regresi. Pengujian dilakukan dengan menggunakan grafik P-O Plot. Data yang normal adalah data yang membentuk titik-titik yang menyebar tidak jauh dari garis diagonal. Hasil analisis regresi linier dengan grafik normal P-P Plot terhadap residual error model regresi diperoleh jika sudah menunjukkan adanya pola grafik yang normal, yaitu adanya sebaran titik yang berada tidak jauh dari garis diagonal.

### **3.5.2.2 Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Uji Multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF) dari hasil analisis dengan menggunakan SPSS. Apabila nilai *tolerance* value lebih tinggi daripada 0,10 atau VIF lebih kecil daripada 10 maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas (Santoso, 2002 : 206).

### **3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas**

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual antara yang satu dengan yang lain tetap makan disebut homokedastisitas. Dan jika varian berbeda akan disebut dengan heterokedastisitas.

Untuk mengetahui ada tidaknya gejala heterokedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan grafik heterokedastisitas antara nilai prediksi variabel dependen dengan variabel independen.

### **3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai pengaruh variabel dimensi-dimensi kualitas pelayanan secara parsial maupun secara bersama-sama terhadap kepuasan

konsumen. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program komputer *SPSS for Windows versi 19.0*. Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi sebagai berikut (Ghozali, 2005:82):

$$Y = b_1X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + b_6 X_6 + e$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

Y = Kepuasan Konsumen

b<sub>1</sub> = Koefisien regresi variabel X<sub>1</sub> (tangible)

b<sub>2</sub> = Koefisien regresi variabel X<sub>2</sub> (reliability)

b<sub>3</sub> = Koefisien regresi variabel X<sub>3</sub> (responsiveness)

b<sub>4</sub> = Koefisien regresi variabel X<sub>4</sub> (assurance)

b<sub>5</sub> = Koefisien regresi variabel X<sub>5</sub> (emphaty)

b<sub>6</sub> = Koefisien regresi variabel X<sub>6</sub> (price)

X<sub>1</sub> = Bukti fisik (Tangible)

X<sub>2</sub> = Kehandalan (Reliability)

X<sub>3</sub> = Daya Tanggap (Responsiveness)

X<sub>4</sub> = Jaminan (Assurance)

X<sub>5</sub> = Empati (Emphaty)

X<sub>6</sub> = Harga (Price)

e = error/variabel pengganggu

### 3.5.4. Uji Hipotesis

#### 3.5.4.1. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dapat diketahui ada tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen

#### 3.5.4.2. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Ghozali, 2005:84). Dalam penelitian ini, Hipotesis yang digunakan adalah:

$H_0$  : Variabel-variabel bebas yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *price* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan konsumen.

$H_a$  : Variabel-variabel bebas yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *price* mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan konsumen.

Dasar pengambilan keputusan (Ghozali, 2005:84) adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

a. Apabila angka probabilitas signifikansi  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

b. Apabila angka probabilitas signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

#### 3.5.4.3. Uji Signifikansi Parameter (Uji Statistik t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi antara variabel X dan Y, apakah variabel X1, X2, X3, X4, X5, X6 (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *price*) benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y (kepuasan konsumen) secara terpisah atau parsial (Ghozali, 2005:84)

Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah :

$H_0$  : Variabel-variabel bebas (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *price*) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen)

$H_a$  : Variabel-variabel bebas (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *price*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen)

Dasar pengambilan keputusan (Ghozali, 2005:84) adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

a. Apabila angka probabilitas signifikansi  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

b. Apabila angka probabilitas signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima