

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

“Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif artinya metode penelitian berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. (Sugiyono, 2015:36).

“Penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan *assosiatif* yang bersifat kausal. Penelitian *asosiatif* adalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi dalam penelitian ini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi)”. (Sugiyono, 2008:36).

Untuk menganalisis variabel independen yaitu *tangibles* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4) dan *empathy* (X5) terhadap kepuasan pelanggan (Y), maka dalam penelitian ini digunakan teknik analisis regresi linier berganda, dengan teknik tersebut akan dapat diuji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara signifikan antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

3.2 Obyek Penelitian

Obyek penelitian ini adalah variabel independen (bebas), yaitu *tangibles* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4) dan *empathy* (X5) dan variabel dependen (terikat), yaitu kepuasan pelanggan (Y).

Dalam penelitian ini lokasi yang dipilih adalah rumah makan Ayam Bakar Bu Indra di Kunir Lumajang. Pertimbangan-pertimbangan yang mendasari dalam menentukan obyek penelitian adalah:

- a. Kepuasan pelanggan merupakan aspek penting dalam dunia usaha khususnya usaha rumah makan agar usaha yang dijalankan dapat bertahan, sehingga diperlukan suatu penelitian untuk mengetahui variabel-variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan khususnya pada kualitas pelayanan.
- b. Semakin banyaknya persaingan usaha rumah makan atau kuliner menjadi pertimbangan dilakukan penelitian ini untuk menjadi salah satu solusi bagi rumah makan Ayam Bakar Bu Indra agar dapat bertahan dengan persaingan atau kompetitor usaha bidang makanan khususnya di wilayah Kunir.
- c. Lokasi penelitian yang berada di Lumajang khususnya di Kecamatan Kunir memudahkan akses peneliti untuk melakukan penelitian guna mendapatkan data atau memberikan kuesioner kepada responden.

3.3 Sumber dan Jenis Data

3.1.1 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data internal. “Data internal merupakan data yang berasal dari dalam organisasi tersebut”. (Kuncoro, 2007:25). Data internal dalam penelitian ini diperoleh dari rumah makan Ayam Bakar Bu Indra yang berupa profil rumah makan Ayam Bakar Bu Indra.

3.1.2 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa adalah data primer. “Data primer merupakan data yang di dapat dari sumber pertama baik dari

individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuersioner yang biasa dilakukan oleh peneliti”. (Umar Husein, 2011:42).

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dengan pemilik rumah makan Ayam Bakar Bu Indra dan hasil pengisian kuesioner oleh responden yaitu konsumen yang membeli dirumah makan Ayam Bakar Bu Indra.

3.4 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2015:135).

Dalam penelitian ini yang menjadi populasinya adalah seluruh pelanggan yang datang membeli pada rumah makan Ayam Bakar Bu Indra periode Februari 2017-Maret 2017 yang berjumlah 112 pembeli.

3.4.2 Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono (2007:73-74), teknik pengambilan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *probability sampling* yaitu teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Yang meliputi *simple random sampling* karena pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.

Metode pengumpulan sampel yang di gunakan adalah metode penentuan ukuran sampel yang digunakan adalah metode yang dikembangkan oleh Roscoe dalam buku *Research methods for business* (1982:253) yang dikutip dalam Sugiyono, (2015:154) adalah sebagai berikut:

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah sampel setiap katagori minimal 30.
- c. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (kolerasi atau regresi berganda) misalnya, jumlah anggota sampel minimal 10 (sepuluh) kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 5 = 50$.
- d. Untuk penilitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 20.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis multivariate yaitu analisis regresi linier berganda yang terdiri dari lima variabel independen dan satu variabel dependen , maka ukuran sampel yang diambil minimal = 10×6 variabel 60 anggota sampel.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Wawancara

“Wawancara adalah teknik pengumpulan data di mana pewawancara (peneliti atau yang diberi tugas melakukan pengumpulan data) dalam mengumpulkan data mengajukan suatu pertanyaan kepada yang diwawancarai”. (Larry Cristensen, 2004 dalam Sugiyono 2015:210). Pada penelitian ini wawancara dilakukan dengan pemilik rumah makan Ayam Bakar Bu Indra, dan pelanggan rumah makan Ayam Bakar Bu Indra yang dijadikan sampel.

3.5.2 Observasi

“Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Kalau waacara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, mka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain”. (Sugiyono, 2008:145). Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila penelitian

berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan datang langsung ke tempat penelitian pada rumah makan Ayam Bakar Bu Indra di Kunir Lumajang.

3.5.3 Kuesioner

“Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”. (Sugiyono, 2008:142). Untuk penyebaran kuisoner sebagai bahan penelitian diberikan konsumen rumah makan Ayam Bakar Bu Indra di Kunir Lumajang dengan jumlah responden sebanyak 60 orang.

Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengembangkan instrumen yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap potensi dan permasalahan suatu objek, rancangan suatu produk, proses membuat produk dan produk yang telah dikembangkan atau diciptakan (Sugiyono, 2015:165).

Pengukuran jenis ini menggunakan lima kategori dan masing-masing diberi bobot yang berbeda. Penelitian ini akan menggunakan kategori dan bobot seperti berikut:

- a. Sangat Setuju (SS) = skor 5
- b. Setuju (S) = skor 4
- c. Netral (N) = skor 3
- d. Tidak Setuju (TS) = skor 2

- e. Sangat Tidak Setuju (STS) = skor 1

3.5.4 Studi Pustaka

Menurut Augusty Ferdinand (2006:96-97) sebuah studi pustaka yang baik akan menghasilkan dasar bagi pengembangan kerangka teoritis yang komprehensif (*comprehensive theoretical framework*). Untuk tujuan itu sebuah studi pustaka yang baik akan memastikan bahwa:

- a. Studi pustaka yang intensif memungkinkan masalah dan masalah penelitian dapat dirumuskan dengan tepat dan jelas (*precision and clarity*).
- b. Variabel-variabel penting yang diduga kuat dapat menjelaskan sebuah masalah penelitian benar-benar dapat diperhatikan dan digunakan untuk memecahkan masalah tersebut.
- c. Studi pustaka dapat membantu peneliti menentukan mana variabel yang sangat penting untuk dipertimbangkan dan memberi kontribusi signifikan tanpa perlu menggali seluruh variabel yang mungkin, sehingga asas parsimoni benar-benar diterapkan. Dengan telaah pustaka yang baik berdasarkan asas parsimoni tersebut studi pustaka membantu mengembangkan hipotesis dan kerangka teoretisnya.
- d. Studi pustaka yang intensif, terarah dan terpadu akan menghindarkan peneliti dari fenomena "*reinventing the wheel*" dimana peneliti membuang waktu dan energi pikir untuk menemukan kembali apa yang sudah diketahui umum.
- e. Studi pustaka membantu mahasiswa untuk mengenali pemikiran-pemikiran para pioner dalam bidang penelitian yang sama, mendorong mereka untuk mampu menghasilkan alternatif pendekatan yang lain atau mampu memperbaiki ketimpangan pemikiran yang sudah ada dan memperkaya "*body of knowledge*" dari bidang yang diminatinya.

Studi pustaka yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan membaca literatur-literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti, berupa teori-teori yang dikemukakan para ahli yang berhubungan dengan penelitian yang diperoleh dari buku, jurnal, skripsi, dan internet.

3.6 Variabel Penelitian

3.6.1 Identifikasi Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. (Sugiyono, 2008:38).

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari 6 (enam) variabel yaitu 5 (lima) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen.

3.6.1.1 Variabel Independen

“Variabel independen adalah variabel yang mengetahui variabel terikat (variabel dependen), entah secara positif atau negatif”. (Sekaran, 2007:117). Pada penelitian ini yang termasuk dalam variabel independen adalah *tangibles* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4) dan *empathy* (X5).

3.6.1.2 Variabel Dependen

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. “Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. (Sugiyono, 2013:40). Pada penelitian ini yang termasuk dalam variabel dependen adalah kepuasan pelanggan (Y).

3.6.2 Definisi Konseptual Variabel

Dalam penelitian ini terdapat 6 variabel yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan kepuasan pelanggan, definisi konseptual dari variabel tersebut adalah sebagai berikut:

3.6.2.1 Tangibles (X1)

“*Tangible* (berwujud), yang meliputi penampilan dan performansi dari fasilitas-fasilitas fisik, peralatan, personel, dan material-material komunikasi yang digunakan dalam proses penyampaian layanan”. *Parasuraman, et.al* (dalam Algifari, 2016:3).

3.6.2.2 Reliability (X2)

“*Reliability* (kehandalan), meliputi kemampuan pihak penyedia jasa dalam memberikan jasa atau pelayanan secara tepat dan akurat sehingga konsumen dapat mempercayai dan mengandalkannya”. *Parasuraman, et.al* (dalam Algifari, 2016:3).

3.6.2.3 Responsiveness (X3)

“*Responsiveness* (cepat anggap), meliputi kemauan atau keinginan pihak penyedia jasa untuk segera memberikan bantuan pelayanan yang dibutuhkan dengan tanggap”. *Parasuraman, et.al* (dalam Algifari, 2016:3).

3.6.2.4 Assurance (X4)

“*Assurance* (kepastian), yaitu pemahaman dan sikap sopan dari karyawan (*contact personnel*) dikaitkan dengan kemampuan mereka dalam memberikan keyakinan kepada konsumen bahwa pihak penyedia jasa mampu memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya”. *Parasuraman, et.al* (dalam Algifari, 2016:3).

3.6.2.5 Empathy (X5)

“*Empathy*, yaitu pemahaman karyawan terhadap kebutuhan konsumen serta perhatian yang diberikan oleh karyawan”. *Parasuraman, et.al* (dalam Algifari, 2016:3).

3.6.2.6 Kepuasan Pelanggan (Y)

Menurut Kotler (2009:35) “kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya”.

3.6.3 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah pengertian variabel (yang diungkap dalam defnisi konsep) tersebut, secara operasional, secara praktik, secara rill, secara nyata dalam lingkup obyek penelitian/obyek yang diteliti.

3.6.3.1 *Tangibles* (X1)

“*Tangible* (berwujud), yang meliputi penampilan dan performansi dari fasilitas-fasilitas fisik, peralatan, personel, dan material-material komunikasi yang digunakan dalam proses penyampaian layanan”, Parasuraman *et.al* dalam Algifari (2016:3). Indikator dari variabel independen *tangibles* dalam penelitian ini dapat di jabarkan sebagai berikut (Parasuraman, *et.al* dalam Algifari, 2016:3):

- a. Fasilitas parkir
- b. Ruangan yang bersih
- c. Tersedianya fasilitas-fasilitas tempat duduk, wastafel, kipas angin, wifi dan ruang untuk lesehan yang memadai
- d. Penampilan karyawan yang rapi dan sopan

Berdasarkan indikator dari *tangibles* tersebut, maka dapat disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala pengukuran, sebagai berikut:

- 1) Rumah makan Ayam Bakar Bu Indra tersedia tempat parkir.
- 2) Saya merasa rumah makan Ayam Bakar Bu Indra ruangnya bersih.

- 3) Rumah makan Ayam Bakar Bu Indra tersedia fasilitas tempat duduk wastafel, kipas angin, *wifi* dan ruang untuk lesehan yang memadai.
- 4) Saya merasa penampilan karyawan rumah makan Ayam Bakar Bu Indra rapi dan sopan.

3.6.3.2 Reliability (X2)

Menurut *Parasuraman et.al* dalam Algifari (2016:3) “*Reliability* (kehandalan), meliputi kemampuan pihak penyedia jasa dalam memberikan jasa atau pelayanan secara tepat dan akurat sehingga konsumen dapat mempercayai dan mengandalkannya”. Indikator dari variabel independen *reliability* dalam penelitian ini dapat di jabarkan sebagai berikut (*Parasuraman, et.al* dalam Algifari, 2016:3):

- a. Ketepatan waktu dalam menyajikan pesanan
- b. Kesesuaian menu makanan dengan yang dipesan pelanggan

Berdasarkan indikator dari *tangibles* tersebut, maka dapat disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala pengukuran, sebagai berikut:

- 1) Saya merasa rumah makan Ayam Bakar Bu Indra tepat waktu dalam menyajikan pesanan.
- 2) Saya merasa menu yang dipesan sesuai dengan harapan.

3.6.3.3 Responsiveness (X3)

“*Responsiveness* (cepat anggap), meliputi kemauan atau keinginan pihak penyedia jasa untuk segera memberikan bantuan pelayanan yang dibutuhkan dengan tanggap”. *Parasuraman et.al* dalam Algifari (2016:3). Indikator dari variabel independen *responsiveness* dalam penelitian ini dapat di jabarkan sebagai berikut (*Parasuraman, et.al* dalam Algifari, 2016:3):

- a. Kecepatan dalam menyajikan pesanan pelanggan
- b. Ketanggapan terhadap permintaan pelanggan

Berdasarkan indikator dari *responsiveness* tersebut, maka dapat disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala pengukuran, sebagai berikut:

- 1) Saya merasa rumah makan Ayam Bakar Bu Indra cepat dalam menyajikan pesanan.
- 2) Karyawan rumah makan Ayam Bakar Bu Indra tanggap terhadap permintaan pelanggan.

3.6.3.4 Assurance (X4)

“*Assurance* (kepastian), yaitu pemahaman dan sikap sopan dari karyawan (*contact personnel*) dikaitkan dengan kemampuan mereka dalam memberikan keyakinan kepada konsumen bahwa pihak penyedia jasa mampu memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya”. *Parasuraman et.al* dalam Algifari (2016:3). Indikator dari variabel independen *responsiveness* dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut (*Parasuraman, et.al* dalam Algifari, 2016:3):

- a. *Competence*
- b. *Credibility*
- c. *Courtesy*
- d. *Security*

Berdasarkan indikator dari *assurance* tersebut, maka dapat disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala pengukuran, sebagai berikut:

- 1) Karyawan rumah makan Ayam Bakar Bu Indra ahli dalam menyajikan pesanan.

- 2) Rumah makan Ayam Bakar Bu Indra bertanggung jawab atas pelayanan yang diberikan.
- 3) Karyawan rumah makan Ayam Bakar Bu Indra sopan dan ramah.
- 4) Rumah makan Ayam Bakar Bu Indra memberikan jaminan rasa aman bahwa makanan higienis dan halal.

3.6.3.5 *Empathy* (X5)

“*Empathy*, yaitu pemahaman karyawan terhadap kebutuhan konsumen serta perhatian yang diberikan oleh karyawan”. Parasuraman *et.al* dalam Algifari (2016:3). Indikator dari variabel independen *empathy* dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut (Parasuraman, *et.al* (dalam Algifari, 2016:3):

- a. *Access*
- b. *Communication*
- c. *Understanding customer*

Berdasarkan indikator dari *empathy* tersebut, maka dapat disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala pengukuran, sebagai berikut:

- 1) Akses menuju rumah makan Ayam Bakar Bu Indra mudah di jangkau.
- 2) Rumah makan Ayam Bakar Bu Indra perhatian terhadap keinginan pelanggan.
- 3) Rumah makan Ayam Bakar Bu Indra menyediakan jasa pesan antar *free* ongkir.

3.6.3.6 Kepuasan pelanggan (Y)

Menurut Kotler (2009:35) “kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya”. Indikator Kepuasan pelanggan

dalam kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2011:453-454) yang dikutip oleh Siti Yatimul Awala (2016:51) yaitu:

- a. Kepuasan pelanggan keseluruhan
- b. Konfirmasi harapan
- c. Minat pembelian ulang
- d. Kesiediaan untuk merekomendasi
- e. Loyalitas pelanggan

Berdasarkan indikator dari kepuasan pelanggan tersebut, maka dapat disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala pengukuran, sebagai berikut:

- 1) Saya puas dengan pelayanan yang diberikan rumah makan Ayam Bakar Bu Indra.
- 2) Saya merasa pelayanan yang diberikan rumah makan Ayam Bakar Bu Indra sesuai dengan harapan
- 3) Saya berminat kembali membeli di rumah makan Ayam Bakar Bu Indra.
- 4) Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk berkunjung di rumah makan Ayam Bakar Bu Indra.
- 5) Saya akan loyal pada rumah makan Ayam Bakar Bu Indra.

3.7 Instrumen Penelitian

“Research instrument or tools are ways of gathering data. Without them, data would be impossible to put in hand (<http://www.slideshare.net/argellee/the-research-instruments>)”. Instrumen penelitian merupakan alat untuk mengumpulkan data. Tanpa alat tersebut, tidak mungkin data dapat diambil.

Selanjutnya Gray (2004) dalam Sugiyono (2015:156) *“a tool such as questionnaire, survey or observation schedule used to gather data as part of a*

research project". Instrumen merupakan alat seperti kuesioner, survei atau jadwal pengamatan digunakan untuk mengumpulkan data sebagai bagian dari proyek penelitian.

"Instrument is any device for systematically collection data, such as a test, a questionnaire or an interview schedule". Fraenkel Wallen, (2008) dalam Sugiyono (2015:156). Instrumen adalah berbagai alat ukur yang digunakan secara sistematis untuk pengumpulan data, seperti tes, kuesioner dan pedoman wawancara.

Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa, instrumen penelitian adalah alat ukur seperti tes, kuesioner, pedoman wawancara dan pedoman observasi yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data dalam suatu penelitian.

Langkah-langkah yang ditempuh dalam menyusun instrumen penelitian:

- a. Melakukan pengkajian atas variabel penelitian yang digunakan.
- b. Menetapkan jenis skala dan bentuk instrumen.
- c. Menyusun kisi-kisi instrument.

Melakukan uji coba (*try out*) instrumen yang sudah dibuat, untuk melihat kemungkinan perlu atau tidaknya revisi terhadap instrumen.

Tabel 3.1

Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Item		Skala Pengukuran	Sumber
1.	<i>Tangibles</i>	Fasilitas parkir	1.	Rumah makan Ayam Bakar Bu Indra tersedia tempat parkir.	Ordinal	<i>(Parasuraman, et.al dalam Algifari, 2016:3)</i>
		Ruangan yang bersih	2.	Saya merasa rumah makan Ayam Bakar Bu Indra ruangnya bersih.		
		Tersedianya fasilitas-fasilitas tempat duduk, wastafel, kipas angin, wifi dan ruang untuk lesehan yang memadai	3.	Rumah makan Ayam Bakar Bu Indra tersedia fasilitas tempat duduk, wastafel, kipas angin, wifi dan ruang untuk lesehan yang memadai.		
		Penampilan karyawan yang rapi dan sopan	4.	Saya merasa penampilan karyawan rumah makan Ayam Bakar Bu Indra rapi dan sopan.		
2.	<i>Reliability</i>	Ketepatan waktu dalam menyajikan pesanan	5.	Saya merasa rumah makan Ayam Bakar Bu Indra tepat waktu dalam menyajikan pesanan.	Ordinal	<i>(Parasuraman, et.al dalam Algifari, 2016:3)</i>
		Kesesuaian menu makanan dengan yang dipesan pelanggan	6.	Saya merasa menu yang dipesan sesuai dengan harapan.		
		Kecepatan dalam menyajikan pesanan pelanggan	7.	Saya merasa rumah makan Ayam Bakar Bu Indra cepat dalam menyajikan pesanan.		

3.	<i>Responsiveness</i>	Ketanggapan terhadap permintaan pelanggan	8.	Karyawan rumah makan Ayam Bakar Bu Indra tanggap terhadap permintaan pelanggan.	Ordinal	(Parasuraman, et.al dalam Algifari, 2016:3)
4.	<i>Assurance</i>	<i>Competence</i>	9.	Karyawan rumah makan Ayam Bakar Bu Indra ahli dalam menyajikan pesanan.	Ordinal	(Parasuraman, et.al dalam Algifari, 2016:3)
		<i>Credibility</i>	10	Rumah makan Ayam Bakar Bu Indra bertanggung jawab atas pelayanan yang diberikan.		
		<i>Courtesy</i>	11	Karywan rumah makan Ayam Bakar Bu Indra sopan dan ramah.		
		<i>Security</i>	12	Rumah makan Ayam Bakar Bu Indra memberikan jaminan rasa aman bahwa makanan higienis dan halal.		
5.	<i>Empathy</i>	<i>Access</i>	13	Akses menuju rumah makan Ayam Bakar Bu Indra mudah dijangkau.	Ordinal	(Parasuraman, et.al dalam Algifari, 2016:3)
		<i>Communication</i>	14	Rumah makan Ayam Bakar Bu Indra perhatian terhadap keinginan pelanggan.		
		<i>Understanding customer</i>	15	Rumah makan Ayam Bakar Bu Indra menyediakan jasa pesan antar <i>free</i> ongkir.		
		Kepuasan pelanggan keseluruhan	16	Saya puas dengan pelayanan yang diberikan rumah		

6.	Kepuasan Pelanggan			makan Ayam Bakar Bu Indra.	Ordinal	Tjiptono (2011:453-454) yang dikutip oleh Siti Yatimul Awala (2016:51).
		Konfirmasi harapan	17	Saya merasa pelayanan yang diberikan rumah makan Ayam Bakar Bu Indra sesuai dengan harapan		
		Minat pembelian ulang	18	Saya berminat kembali membeli di rumah makan Ayam Bakar Bu Indra.		
		Kesediaan untuk merekomendasi	19	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk berkunjung di rumah makan Ayam Bakar Bu Indra.		
	Loyalitas pelanggan	20	Saya akan loyal pada rumah makan Ayam Bakar Bu Indra.			

3.8 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2013:169), “ Sesuai dengan hipotesis dan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian, maka digunakan analisis regresi linier berganda dengan bentuk hubungan assosiatif kausal, yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen dalam memprediksi variabel dependen dalam penelitian ini.

Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh, maka terhadap kuesioner perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruh yang menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda bahwa

data harus berdistribusi normal, terbebas dari multikolinieritas (*multicolonearity*) dan heterokedastisitas.

3.8.1 Pengujian Instrumen Penelitian

3.8.1.1 Uji Validitas

“Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat”. (Sunyoto, 2011:68).

Pengujian validitas penelitian ini mempergunakan analisis korelasi *Product Moment*, dengan mengkorelasikan skor setiap item dengan skor total sebagai jumlah skor item. Rumus korelasi *Product Moment* (Lupiyoadi dan Ridho, 2015:39) sebagai berikut:

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

Keterangan :

r = koefisien korelasi

n = jumlah observasi/responden

X = skor pertanyaan

Y = skor total

Analisa faktor dilakukan dengan cara mengkorelasikan jumlah skor faktor dengan skor total. Bila korelasi tiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat. (Sugiyono, 2015:184).

Dalam penelitian ini jika kolerasi antara skor butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir-butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

3.8.1.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sunyoto (2011:70), “Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik”. Reliabel artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan.

Menurut Nugroho (2011:33), uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien Alpha Cronbach. Indeks kriteria reliabilitas dibedakan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.2
Indeks Kriteria Reliabilitas

No	Interval Alpha Cronbach	Tingkat Reliabilitas
1	0,000 – 0,20	Kurang Reliabel
2	0,201 – 0,40	Agak Reliabel
3	0,401 – 0,60	Cukup Reliabel
4	0,601 – 0,80	Reliabel
5	0,801 – 1,00	Sangat Reliabel

Sumber: Nugroho (2011:33)

3.8.2 Penguji Asumsi Regresi Linier Berganda

Penelitian yang menggunakan alat analisis regresi dan korelasi berganda harus mengenali asumsi-asumsi yang mendasarinya. Apabila asumsi-asumsi dimaksud tidak terpenuhi, maka hasil analisis mungkin berbeda dari kenyataan (biasa).

Menurut Atmaja (2009:184) menyatakan bahwa, Asumsi-asumsi tentang regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

- a. Variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen) memiliki hubungan yang linier (garis lurus).
- b. Variabel dependen harus kontinu dan setidaknya berupa skala interval. Variasi dari perbedaan antara aktual dan nilai prediksi harus sama untuk semua nilai prediksi harus sama untuk nilai prediksi Y . Artinya, nilai $(Y-Y')$ harus sama untuk nilai Y' . Jika hal ini terjadi, perbedaan menurut '*homoscedasticity*'. Selain itu, nilai residual atau $(Y-Y')$ harus terdistribusi secara normal dengan rata-rata nol.
- c. Nilai observasi yang berurutan dari variabel dependen harus tidak berhubungan (tidak berkorelasi). Pelanggaran terhadap asumsi disebut "*autocorelation*" atau "autokorelasi". Autokorelasi sering terjadi jika data yang dikumpulkan pada suatu periode waktu (*time series data*).
- d. Variabel independen tidak boleh berkorelasi dengan variabel independen lain dalam model. Jika variabel-variabel independen berkorelasi tinggi (positif maupun negatif), disebut "*multicollinearity*".

Karena jenis data dalam penelitian ini bukan data *time series*, maka asumsi dasar linier berganda yang harus dipenuhi dalam penelitian ini adalah data harus distribusi normal, bebas *multikolinieritas* dan *heterokedastisitas*.

3.8.2.1 Pengujian Normalitas Data

"Uji normalitas data merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis, apakah penyebarannya normal atau tidak, sehingga dapat digunakan dalam analisis parametrik". (Lupiyoadi dan Ikhsan, 2015:134). Dalam menentukan apakah suatu model berdistribusi normal atau tidak, biasanya dapat dilakukan dengan melihat pada bentuk histogram residual yang bentuknya seperti lonceng atau tidak, atau menggunakan *scatter plot* dengan mengacu pada nilai residu yang membentuk pola tertentu.

Menurut Kuncoro (2007:94), "penggunaan model analisis pengaruh terikat dengan asumsi bahwa data harus distribusi normal agar diperoleh hasil yang tidak

bisa. Pengujian ini dilakukan dengan maksud untuk mengetahui apakah data berada berdistribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik, parametik”.

Menurut Lupiyoadi dan Ikhsan (2015:134) menyatakan bahwa, Normalitas data dapat diuji dengan beberapa cara sebagai berikut:

- a. Menggunakan pengukur bentuk (*measure of shape*) distribusi yang normal mempunyai bentuk simetris dengan nilai mean, median, dan mode yang mengumpul di satu titik tengah.
- b. Pengujian normalitas juga dapat dilakukan rumus *Skewness*. Untuk ini digunakan uji Z yang membutuhkan suatu nilai statistic yaitu nilai *Skewness* sebagai ukuran kemencengan sebaran. Jika *Skewness* bernilai positif berarti sebaran data menceng ke kiri dan sebaliknya, jika bernilai negatif berarti sebaran data menceng ke kanan.

$$Z = \frac{\text{Skewness}}{\sqrt{6/N}}$$

- c. Selanjutnya, nilai Z dihitung, dibandingkan dengan nilai Z tabel tanpa memperhatikan tandanya. Jika nilai Z dihitung lebih kecil dari nilai Z tabel, maka asumsi normalitas terpenuhi atau data berada dalam distribusi normal.
- d. Pengujian normalitas dapat juga dihitung dengan menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov*.

Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan cara lain yaitu dengan melihat normal *probability plot* pada output SPSS, jika nilai-nilai sebaran data terletak disekitar garis lurus diagonal maka persyaratan normalitas terpenuhi (Santoso, 2012:361).

3.8.2.2 Pengujian Multikolinieritas

“Multikolinieritas adalah suatu kondisi dimana terjadi korelasi atau hubungan yang kuat diantara variabel bebas yang diikutsertakan dalam pembentukan model regresi linear”. (Lupiyoadi dan Ikhsan, 2015:141).

Menurut Lupiyoadi dan Ridho (2015:141) menyatakan bahwa:

Mengemukakan ada beberapa cara untuk memeriksa multikolinieritas dengan melihat pada:

- a. Ketidak konsistenan antara koefisien regresi yang diperoleh dengan teori yang digunakan. Misalnya nilai koefisien regresi yang dihasilkan dari perhitungan

menghasilkan nilai negatif, sedangkan teori yang digunakan menyatakan bahwa koefisien regresi bernilai positif.

b. Nilai *R-Square* semakin membesar, padahal pada pengujian secara parsial tidak ada pengaruh atau nilai signifikan $> 0,05$.

c. Terjadi perubahan yang berarti pada koefisien model regresi. Misal nilainya menjadi lebih besar atau kecil apabila dilakukan penambahan atau pengurangan sebuah variabel bebas dari model regresi.

d. *Overestimated* dari nilai standar *error* untuk koefisien regresi.

Untuk mengetahui apakah suatu model regresi yang dihasilkan mengalami gejala multikolinieritas, dapat dilihat pada nilai VIF (*Variance Inflation Factor*).

Model regresi yang baik, jika hasil perhitungan menghasilkan nilai $VIF < 10$ dan

bila menghasilkan nilai $VIF > 10$ berarti telah terjadi multikolinieritas yang serius

didalam model regresi. Selain melihat nilai VIF, bisa juga dideteksi dari nilai

tolerance, yaitu jika nilai *tolerance* yang dihasilkan mendekati 1 (satu), maka

model terbebas dari gejala multikolinieritas sedangkan semakin menjauhi 1 (satu)

maka model tidak terjadi/bebas gejala multikolinieritas.

3.8.2.3 Pengujian Heteroskedastisitas

“Heteroskedastisitas berarti variasi residual tidak sama dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain, sehingga variansi residual harus bersifat

heteroskedastisitas, yaitu pengamatan satu dengan pengamatan yang lain sama

agar memberikan pendugaan model yang lebih akurat”. (Lupiyoadi dan Ikhsan,

2015:138).

Model regresi yang baik adalah yang baik adalah yang tidak terdapat

heteroskedastisitas. Menurut Kuncoro (2007:96), “heteroskedastisitas muncul

apabila kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memiliki *varians*

yang konstan dari suatu observasi ke observasi lainnya”.

Gejala heteroskedastisitas lebih sering dijumpai dalam data silang tempat

dari pada runtun waktu. Pada asumsi ini mengharuskan bahwa nilai sisa yang

merupakan variabel pengganggu pada masing-masing variabel selalu konstan atau tidak berubah. Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah:

- a. Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik (*point*) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika ada pola yang jelas serta titik yang melebar di atas dan dibawah angka 0.
- c. Pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

“Analisis regresi berganda merupakan analisis statistik yang menghubungkan antara dua variabel independen atau lebih (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen Y”. (Lupiyoadi dan Ikhsan, 2015:157).

“Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua”. (Sugiyono, 2012:277). Persamaan regresinya adalah:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Keterangan:

Y = kepuasan pelanggan

a = konstanta.

β = koefisien regresi variabel independen.

X_1 = *tangible*

X2 = *reliability*

X3 = *responsiveness*

X4 = *assurance*

X5 = *empathy*

e = *error*

Dengan analisis regresi linier berganda ini juga dapat diketahui variabel mana di antara variabel independen yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* yang berpengaruh dominan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Analisis regresi linier berganda juga dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan masing-masing independen terhadap variabel independen lainnya. Untuk mengetahui variabel independen yang dominan pengaruhnya terhadap variabel dependen, ditunjukkan dengan koefisien regresi (β) yang sudah distandarisasi yaitu nilai beta. (Sutanto, 2006:6).

3.8.4 Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan.

3.8.4.1 Uji t (Uji Parsial)

Menurut Lupiyoadi dan Ikhsan (2015:168), “uji t (uji parsial) digunakan untuk menguji apakah sebuah variabel bebas benar-benar memberikan pengaruh terhadap variabel terikat”. Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* terhadap variabel

terikat yaitu kepuasan pelanggan secara parsial yang di uji dengan cara signifikan”. Adapun langkah-langkah pengujian hipotesis sebagai berikut:

a. Merumuskan hipotesis

1. Hipotesis Pertama

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan *tangibles* terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Ayam Bakar Bu Indra di Kunir Lumajang.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan *tangibles* terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Ayam Bakar Bu Indra di Kunir Lumajang.

2. Hipotesis Kedua

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan *reliability* terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Ayam Bakar Bu Indra di Kunir Lumajang.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan *reliability* terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Ayam Bakar Bu Indra di Kunir Lumajang.

3. Hipotesis Ketiga

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Ayam Bakar Bu Indra di Kunir Lumajang.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Ayam Bakar Bu Indra di Kunir Lumajang.

4. Hipotesis Keempat

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan *assurance* terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Ayam Bakar Bu Indra di Kunir Lumajang.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan *assurance* terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Ayam Bakar Bu Indra di Kunir Lumajang.

5. Hipotesis Kelima

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan *empathy* terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Ayam Bakar Bu Indra di Kunir Lumajang.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan *empathy* terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Ayam Bakar Bu Indra di Kunir Lumajang.

b. Menentukan level of signifikan dengan $\alpha = 5\%$

c. Menentukan kriteria pengujian:

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

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

d. Menentukan nilai t_{hitung} dengan rumus:

$$t_{hitung} = \frac{\text{koefisien } \beta}{\text{Standar error}}$$

e. Menentukan kesimpulan dengan membandingkan hasil t_{hitung} dengan t_{tabel} .

3.8.4.2 Uji F (Uji Simultan)

Menurut Lupiyoadi dan Ikhsan (2015:167), “uji F (uji simultan) merupakan uji simultan (keseluruhan, bersama-sama) yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan secara simultan.

a. Hipotesis Keenam

H_0 : Tidak terdapat pengaruh secara simultan *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* secara simultan terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Ayam Bakar Bu Indra di Kunir Lumajang.

H_a: Terdapat pengaruh *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* secara simultan terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Ayam Bakar Bu Indra di Kunir Lumajang.

3.8.5 Koefisien Determinasi (R^2)

“Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Jika koefisien determinasi 0 (nol) berarti variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati 1 (satu), maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Karena variabel independen pada penelitian ini lebih dari dua, maka koefisien determinasi yang digunakan adalah *Adjusted R Square* (Kuncoro, 2007:84)”.

