

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Dalam sebuah penelitian, peneliti harus memilih jenis penelitian yang sesuai. Hal ini memungkinkan peneliti untuk memahami masalah yang mereka hadapi dan langkah-langkah yang perlu mereka ambil untuk mengatasinya. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, jenis penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif yang mana biasanya penelitian ini sering disebut sebagai metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk melakukan penelitian pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif, statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2015).

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis linear berganda. Analisis linear berganda adalah teknik statistik yang menggunakan beberapa variabel penjelas untuk memprediksi hasil dari variabel respon. Tujuan dari regresi linear berganda ini untuk memodelkan hubungan linear antara variabel penjelas (independen) dan variabel respon (dependen).

Teknik analisis linear berganda digunakan untuk menganalisis variable independen (X) yang terdiri dari kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap variable dependen (Y) yaitu kepuasan konsumen, dengan demikian hipotesis yang menyatakan ada tidaknya dampak secara parsial antara variable

independen (X) yaitu kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2), lokasi (X_3) terhadap variable dependen yaitu (Y) yaitu kepuasan konsumen. Akan dapat di uji, serta akan dapat diketahui variabel mana yang memiliki dampak paling dominan antara variabel kualitas produk. Kualitas pelayanan, lokasi terhadap kepuasan konsumen.

3.2. Objek Penelitian

Objek penelitian dari tiga variable independen dan satu variable dependen. Variabel independen (X) yang dipakai yaitu kualitas produk, kualitas pelayanandan lokasi. sedangkan variable dependennya (Y) yaitu kepuasan konsumen. Mengenai tempat yang digunakan dalam penelitian ini yakni Rumah Makan Pondok Asri di Kota Lumajang.

3.3. Jenis dan Sumber Data

3.3.1. Jenis Data

Jenis data yang di pakai penelitian ini menggunakan data primer. Menurut Indriantoro (2014:146) data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab suatu pertanyaan penelitian. Dalam penelitian ini data primer yang digunakan adalah hasil penelitian kuesioner oleh responden yaitu para konsumen Rumah Makan Pondok Asri. Hasil dari data primer adalah jawaban dari responden atas pernyataan-pernyataan yang diajukan di dalam kuesioner. Pernyataan tersebut menyangkut tentang kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi dari para konsumen Rumah Makan Pondok Asri.

3.3.2. Sumber Data

Sumber data merupakan data yang diperoleh dari berbagai sumber, baik dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan sesuai dengan penelitian yang dikaji. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sumber data eksternal. Data eksternal merupakan data yang bersumber dari luar organisasi atau perusahaan. jadi, sumber data eksternal merupakan data yang didapatkan atau bersumber dari luar perusahaan. Data eksternal yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari penelitian-penelitian terdahulu dalam bentuk artikel maupun jurnal dan lain-lain yang ada kaitanya dengan penelitian yang dilakukan (Paramita, 2018).

3.4. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek maupun subjek yang terdapat kualitas dan karakteristik tertentu yang dibuat oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2015:148). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah melakukan pembelian di Rumah makan Pondok Asri yang berjumlah 120 orang.

3.4.2. Sampel dan Teknik Sampling

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu,

(Sugiyono, 2015:73). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan konsumen yang sudah melakukan pembelian di Rumah makan Pondok Asri.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non probability sampling*. *non probability sampling* adalah metode pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2015:84). Pada penelitian ini pengambilan sampel digunakan oleh peneliti adalah teknik *purposive sampling*. *purposive sampling* merupakan teknik dalam pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017:95). Memilih sampel menggunakan *purposive sampling* karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan penelitian. Kriteria yang digunakan penelitian ini untuk memenuhi sampel yaitu konsumen yang sudah melakukan pembelian di Rumah makan Pondok Asri.

Besarnya sampel yang diambil dari populasi peneliti menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Slovin daalam (Sugiyono, 2017:126) dengan tingkat kepercayaan 90% dengan nilai $e=10\%$ adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Sampel

N = Populasi

e = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

$$n = \frac{120}{1+ 120 (0,1)^2}$$

$$= \frac{120}{1 + 120 (0,01)}$$

$$= \frac{120}{1 + 1,2}$$

$$= \frac{120}{2,2}$$

$n = 54,5$ dibulatkan menjadi 54.

Jadi, teknik yang digunakan menentukan ukuran atau jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik atau metode *slovin*, dengan hasil berjumlah 54 responden atau sampel.

3.5. Variabel penelitian, Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

3.5.1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2020). Variabel ini terdapat dua macam yaitu :

a. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variable *stimulus*, *predictor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variable bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terkait). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2), lokasi (X_3).

b. Variabel Dependen

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel outoput, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat.

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat yang dipakai dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y).

3.5.2. Definisi Konseptual

Definisi konseptual dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Kualitas Produk

Menurut Weenas (2013) kualitas produk merupakan suatu yang sangat penting, pelanggan menginginkan produk yang dijual harus berkualitas. dengan harapan agar konsumen menjadi puas dan loyal pada perusahaan.

b. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan adalah landasan utama untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. dalam hal ini perusahaan dapat dikatakan baik jika mampu menyediakan barang atau jasa sesuai dengan keinginan pelanggan.

c. Lokasi

Menurut Utami (2017) lokasi merupakan faktor utama yang sangat penting dalam mendirikan bisnis perusahaan atau toko konsumen. Penentuan lokasi yang tepat akan berdampak pada persaingan. Jika pemilihan lokasi tidak tepat maka akan berdampak buruk terhadap perusahaan atau toko, seperti halnya toko akan tutup atau resiko lainnya.

d. Kepuasan Konsemen

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja

dibawah harapan , maka konsumen tidak puas. Kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah perusahaan.

3.5.3. Devinisi Operasional Variabel

Variabel yang terlibat dalam penelitian ini adalah kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi sebagai variabel independen, serta kepuasan konsumen sebagai variabel dependen. Berikut adalah variabel independen dan dependen dalam penelitian ini.

a. Kualitas Produk (X1)

Menurut Kolter (2010) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya seperti daya tahan, ketepatan, kehandalan, dan atribut lainnya (Weenas, 2013). Indikator kualitas produk yang digunakan dalam penelitian ini menurut Tjiptono (2001) sebagai berikut :

- 1) Kinerja (*Performance*) adalah keunikan dari produk yang ingin dibeli.
- 2) Keistimewaan (*Feature*) adalah karakteristik sekunder atau pelengkap.
- 3) Kehandalan (*Reliability*) adalah kemungkinan kecil mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
- 4) Daya tahan (*Durability*) adalah ketahanan produk tersebut dapat digunakan.

Berdasarkan indikator mengenai kualitas produk dapat disusun koesioner yang sesuai dengan skala pengukuran antara lain sebagai berikut :

1. Makanan yang disajikan oleh Rumah Makan Pondok Asri sangat enak serta unik (menarik) sehingga pelanggan suka dengan kualitas produk makanan Pondok Asri

2. Rumah Makan Pondok Asri menyajikan banyak pilihan menu makanan mulai dari masakan tradisional, modern serta *dessert* (hidangan penutup) yang membuat pelanggan menyukai makanan Pondok Asri
3. Rumah Makan Pondok Asri menyajikan makanan khas Indonesia yang enak karena dapat di santap saat hangat
4. Rumah Makan Pondok Asri selalu menyajikan makanan yang masih baru serta segar

b. Kualitas Pelayanan (X2)

Menurut Tjiptono (2005) kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia. Serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Indikator kualitas pelayanan menurut Simamora (2012:186) yaitu :

- 1) Bukti fisik (*Tangible*) yaitu sesuatu yang nampak atau nyata, yaitu : penampilan para pegawai, dan fasilitas-fasilitas fisik, lainnya seperti peralatan dan perlengkapan yang menunjang pelaksanaan pelayanan.
- 2) Keandalan (*Reliability*) adalah kemampuan untuk memberikan secara tepat dan benar jenis pelayanan yang telah dijanjikan kepada tamu.
- 3) Daya tanggap (*Responsiveness*) yaitu kesadaran atau keinginan untuk cepat bertindak membantu tamu dan memberikan pelayanan yang tepat waktu.
- 4) Jaminan (*Assurance*), adalah pengetahuan dan kesopanan santunan serta kepercayaan diri para pegawai. Dimensi assurance memiliki ciri-ciri :

kompetensi untuk memberikan pelayanan, sopan dan memiliki sifat respek terhadap tamu.

- 5) Empati (*Empathy*), memberikan perhatian individu tamu secara khusus. Dimensi empathy ini memiliki ciri-ciri : kemauan untuk melakukan pendekatan, memberikan perlindungan dan usaha untuk mengerti keinginan, kebutuhan dan perasaan tamu.

Berdasarkan indikator mengenai kualitas pelayanan dapat disusun koesioner yang sesuai dengan skala pengukuran antara lain sebagai berikut :

1. Karyawan Rumah Makan Pondok Asri memiliki penampilan yang bersih, sopan, ramah untuk melayani para pelanggan.
2. Karyawan Rumah Makan Pondok Asri sangat teliti serta mudah di pahami dalam menjelaskan produk yang mereka tawarkan.
3. Karyawan Rumah Makan Pondok Asri bersedia melayani serta merespon jika konsumen memiliki masalah terhadap produk makanan Pondok Asri.
4. Karyawan Rumah Makan Pondok Asri sangat sopan, ramah saat melayani pesanan konsumen.
5. Karyawan Rumah Makan Pondok Asri tetap melayani pelanggan dengan ramah serta sabar walaupun dalam keadaan ramai.

c. Lokasi (X3)

Beberapa indikator dalam pemilihan lokasi menurut Tjiptono (2016:15), meliputi:

- 1) Akses. Letak lokasi yang mudah untuk dijangkau oleh sarana pra sarana transportasi umum.

- 2) Visibilitas atau Jarak Pandang. Letak lokasi yang dapat dilihat dari tepi jalan dengan mata penglihatan manusia secara normal.
- 3) Tempat Parkir. Fasilitas yang luas dan aman untuk kendaraan baik roda dua maupun roda empat.
- 4) Ekspansi. Adanya persediaan tempat yang luas untuk perkembangan perusahaan di masa yang akan datang.
- 5) Lingkungan. Merupakan lingkungan sekitar yang mendukung atas jasa yang telah ditawarkan.

Berdasarkan indikator mengenai lokasi dapat disusun koisioner yang sesuai dengan skala pengukuran antara lain sebagai berikut :

1. Lokasi Rumah Makan Pondok Asri cukup strategis (mudah dijangkau).
2. Lokasi Rumah Makan Pondok Asri dilalui banyak alat transportasi.
3. Tempat parkir di Rumah Makan Pondok Asri cukup luas.
4. Terdapat tempat parkir untuk kendaraan roda empat yang cukup luas.
5. Lokasi dari Rumah Makan Pondok Asri merupakan lokasi yang mudah ditemukan.

d. Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan , maka konsumen tidak puas. Berikut adalah 5 indikator kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (2014), yaitu:

1) Kualitas produk yang di jual

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas dari produk yang dijual. Tentu saja pelanggan mengharapkan kualitas produk seperti yang diharapkan yaitu yang sesuai dengan iklan atau sampel yang diberikan. Oleh karena itu, perusahaan wajib memperhatikan kualitas produknya agar tidak mengecewakan para pelanggan.

2) Kualitas pelayanan yang di berikan

Indikator kepuasan konsumen berikutnya adalah kualitas pelayanan. Konsumen akan merasa nyaman apabila pelayanan yang diberikan perusahaan bisa memenuhi harapannya. Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam pelayanan meliputi kecepatan, ketepatan, kebersihan dan keramahan customer service dalam melayani.

3) Harga Produk

Harga produk merupakan indikator kepuasan konsumen. Harga yang sesuai dengan nilai produk yang ditawarkan lebih disukai oleh konsumen dan menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Secara umum, konsumen cenderung menyukai harga yang murah tetapi tetap akan membandingkan dengan kualitas produk yang dikonsumsinya.

4) Kemudahan dalam mengakses produk

Perusahaan harus melakukan upaya agar pelanggan mudah dalam menemukan dan membeli produk yang mereka tawarkan ke masyarakat. Pelanggan cenderung menghindari pembelian produk yang prosesnya rumit atau sulit ditemukan dan menyukai produk yang mudah di dapatkan.

5) Cara mengiklankan produk

Perusahaan harus membuat iklan produk yang mudah dimengerti dan sesuai dengan target marketnya. Iklan yang memiliki nilai moral dan aspek social juga cenderung disukai oleh para pelanggan.

Berdasarkan indikator mengenai kepuasan konsumen dapat disusun koesioner yang sesuai dengan skala pengukuran antara lain sebagai berikut :

1. Pengunjung merasa puas terhadap kualitas produk Rumah Makan Pondok Asri karena rasanya sangat enak serta pas untuk dinikmati dalam keadaan apapun.
2. Pengunjung merasa puas terhadap layanan Rumah Makan Pondok Asri yang tetap sabar, selalu ramah dalam melayani pelanggan baik dalam keadaan sepi maupun ramai.
3. Pengunjung merasa puas dengan Rumah Makan Pondok Asri karena saya bisa menikmati makanan dengan harga yang terjangkau.
4. Pengunjung merasa puas dengan Rumah Makan Pondok Asri karena produknya mudah di temukan di manapun.
5. Pengunjung merasa puas dengan Rumah Makan Pondok Asri karena cara mengiklankannya mudah dipahami dan iklan sesuai dengan produk yang asli.

3.6. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel penelitian yaitu variabel independen (X) yang meliputi kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi, serta variabel dependen (Y) yaitu kepuasan konsumen . Penelitian ini menggunakan instrumen yang disusun berdasarkan indikator variabel dan berikut instrumen dan skala pengukuran dalam penelitian ini.

Tabel 3. 1 Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Skala Pengukuran	Sumber
1.	Kualitas Produk (X1)	a. Kinerja b. Keistimewaan c. Kehandalan d. Daya Tahan	<ol style="list-style-type: none"> Rumah Makan Pondok Asri menyajikan banyak pilihan menu makanan mulai dari makanan tradisional, modern sertadessert yang membuat pelanggan menyukai makanan Pondok Asri Rumah Makan Pondok Asri menyajikan makanan khas Indonesia yang enak karena dapat di santap saat hangat Makanan yang disajikan oleh Rumah Makan Pondok Asri sangat enak serta unik sehingga pelanggan suka dengan kualitas produk makanan Pondok Asri Rumah Makan Pondok Asri selalu menyajikan makanan yang masih baru serta segar. 	Ordinal	Tjiptono (2001) dalam jurnal (Fadhli & Pratiwi, 2021)
2.	Kualitas Pelayanan (X2)	a. Bukti fisik (<i>Tangible</i>) b. Keandalan (<i>Reliability</i>) c. Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>) d. Jaminan (<i>Assurance</i>) e. Empati (<i>Empathy</i>)	<ol style="list-style-type: none"> Karyawan Rumah Makan Pondok Asri sangat teliti serta mudah dipahami dalam menjelaskan produk yang mereka tawarkan Karyawan Rumah Makan Pondok Asri bersedia melayani serta merespon jika konsumen memiliki masalah terhadap produk makanan Pondok Asri Pengetahuan karyawan Rumah Makan Pondok Asri dapat di percaya dalam menyampaikan produk yang mereka tawarkan Karyawan Rumah Makan Pondok Asri sangat sopan, ramah saat melayani pesanan konsumen Karyawan Rumah Makan Pondok Asri tetap melayani pelanggan dengan ramah serta sabar walaupun dalam keadaan ramai 	Ordinal	Harfika dan Abdullah, (2017, 48)

			6. Karyawan Rumah Makan Pondok Asri memiliki penampilan yang bersih, sopan, ramah untuk melayani para pelanggan.		
3.	Lokasi (X3)	a. Akses b. Vasibilitas atau Jarak Pandang c. Tempat Parkir d. Ekspansi e. Lingkungan	1. Lokasi Rumah Makan Pondok Asri cukup strategis (mudah dijangkau) 2. Lokasi Rumah Makan Pondok Asri dilalui banyak alat transportasi. 3. Tempat parkir di Rumah Makan Pondok Asri cukup luas. 4. Terdapat tempat parkir untuk kendaraan roda empat yang cukup luas. 5. Lokasi dari Rumah Makan Pondok Asri merupakan lokasi yang mudah ditemukan.	Ordinal	Rahadhini, dan Suddin (2016)
4.	Kepuasan Konsumen (Y)	a. Kualitas produk yang di jual b. Kualitas pelayanan yang di berikan c. Harga Produk d. Kemudahan dalam mengakses produk e. Cara mengiklankan produk	1. Pengunjung merasa puas terhadap kualitas produk Rumah Makan Pondok Asri karena rasanya sangat enak serta pas untuk dinikmati dalam keadaan apapun. 2. Pengunjung merasa puas terhadap layanan Rumah Makan Pondok Asri yang tetap sabar, selalu ramah dalam melayani pelanggan baik dalam keadaan sepi maupun ramai. 3. Pengunjung merasa puas dengan Rumah Makan Pondok Asri karena saya bisa menikmati makanan dengan harga yang terjangkau. 4. Pengunjung merasa puas dengan Rumah Makan Pondok Asri karena produknya mudah di temukan di manapun. 5. Pengunjung merasa puas dengan Rumah Makan Pondok Asri karena cara mengiklankannya mudah dipahami dan iklan sesuai dengan produk yang asli.	Ordinal	Fandy Tjiptono (2014)

Sumber: Data diolah 2022

3.7. Metode Pengumpulan Data

Sesuai dengan permasalahan yang diangkat, maka metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Studi pustaka, yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan dan mempelajari literature referensi baik dari jurnal, symposium, buku dan sumber lainnya yang sesuai atau relevan dengan permasalahan yang dikaji yang berguna untuk penyusunan teori dalam penelitian

b. Pengumpulan data lapangan dengan cara sebagai berikut :

1) Observasi, yaitu pengumpulan data yang langsung ke tempat penelitian dan mengumpulkan data yang diperlukan.

2) Kuesioner, yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden dengan panduan kuesioner. Untuk menghasilkan jawaban yang kuantitatif maka *skala likert* digunakan untuk mengukur hasil jawaban. Untuk menentukan jawaban dari masing-masing pertanyaan kusioner, ditentukan jenjang skor yang akan digunakan. Skala likert serta pemberian skor :

- | | |
|--|---|
| 1. Sangat setuju (SS) diberi skor | 5 |
| 2. Setuju (S) diberi skor | 4 |
| 3. Ragu-ragu (RR) diberi skor | 3 |
| 4. Tidak setuju (TS) diberi skor | 2 |
| 5. Sangat tidak setuju (STS) diberi skor | 1 |

3.8. Teknik Analisis Data

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Dalam penelitian kuantitatif teknik analisis yang sudah digunakan sudah jelas yaitu responden yang diarahkan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal (Sugiyono, 2015).

Tahapan–tahapan dalam analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Mengumpulkan data penelitian yang dibutuhkan terkait variabel penelitian meliputi variabel independen maupun variabel dependen.
- 2) Melakukan penyebaran kuesioner kepada responden.
- 3) Menghitung dan mengelola data berdasarkan variabel penelitian yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi.
- 4) Melakukan analisis data dengan melakukan uji instrument dan uji hipotesis untuk memudahkan dalam menjelaskan data-data yang diperoleh.
- 5) Menjelaskan hasil penelitian yang mendukung teori atau tidak mendukung teori yang telah dijelaskan sebelumnya.
- 6) Menarik kesimpulan dengan cara menyesuaikan antara hipotesis dengan hasil penelitian yang diperoleh apakah sesuai atau tidak.

3.8.1. Pengujian Instrumen

Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reabilitas kuesioner yang dipergunakan untuk menjang

responden. Dimana asumsi yang harus dipenuhi oleh kuesioner adalah data yang valid dan reliable untuk bisa dilakukannya pengujian hipotesis tahap berikutnya.

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2015) validitas yaitu tingkat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilakukan oleh peneliti. maka dari itu data valid merupakan data yang tidak berbeda antara data peneliti dengan data yang sesungguhnya.

Menurut Umar (2011) pengujian validitas penelitian menggunakan analisis korelasi product momen, dengan mengkorelasi skor setiap item dengan skor total sebagai jumlah skor item. Rumus korelasi *Product Moment* sebagai berikut :

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

R = Koefisien korelasi

n = Jumlah observasi atau responden

X = Skor butir

Y = Skor total

Menurut Sugiyono (2012) analisis faktor yang dilakukan dengan metode mengkorelasi jumlah skor faktor dengan skor kedeluruhan. jika korelasi disetiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut adalah *construct* yang kuat. pada penelitian ini apabila kolerasi antara skor butir dengan skor keseluruhan kurang dari 0,3 maka butir-butir dengan instrument tersebut dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reabilitas

Reabilitas adalah apabila hasil penelitian reabel terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Instrumen yang reabel adalah instrument yang apabila sudah digunakan berkali-kali untuk mengukur obyek yang sama akan memberikan hasil yang tidak berbeda (Sugiyono, 2015). Kuesioner yang reabilitas dan dapat dipercaya apabila kuesioner tersebut stabil dan dapat diandalkan, karena pengguna kuesioner tersebut berkali-kali akan memberikan hasil yang sama.

Menurut Nugroho (2011) uji reabilitas dapat dilakukan dengan cara melihat koefisien *Alpha Cronbach*. Indeks kriteria reabilitas dibedakan sebagai berikut :

Tabel 3. 2 Indeks Kriteria Reabilitas

No	Interval Alpha Cronbach	Tingkat Reabilitas
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)

3.8.2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah uji yang digunakan untuk mengetahui adanya pelanggaran terhadap asumsi yang mendasari model regresi *ordinary least square* (OLS). Metode regresi dengan metode OLS dapat dikatakan baik jika memenuhi asumsi klasik dan juga hubungan antara variabel dalam model regresi yaitu linier untuk mendapatkan persamaan regresi estimasi yang terbaik. Adapun alat uji yang sering digunakan dalam uji klasik diantara adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heterokedastisitas (Alghifari, 2015).

a. Uji Normalitas

Uji distribusi normal merupakan uji untuk mengetahui dan mengukur apakah data yang didapatkan memiliki distribusi normal atau tidak apakah data yang diperoleh berasal dari distribusi yang normal sehingga dapat dipakai dalam parametrik (Gunawan, 2020:56). Uji normalitas data adalah data harus berdistribusi normal untuk independen. Untuk menguji apakah data yang digunakan telah memenuhi asumsi tersebut, maka dalam penelitian digunakan normal *probability* plot pada output SPSS (Paramita, 2021:84). Uji normalitas residual pada modal regresi digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual yang dihasilkan berdistribusi normal atau tidak. Terdapat dua metode dalam uji normalitas, yaitu Metode Grafik dan Metode Uji *One Sample Kolmogrov-Smirnov* (Gunawan, 2020:119).

Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode grafik. Gunawan (2020:119) menyatakan bahwa uji normalitas dengan menggunakan metode grafik dilakukan dengan cara melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik normal *p-p Plot of Regression Standardized Residual*.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinieritas merupakan terjadinya korelasi atau hubungan yang hampir sempurna diantara variabel independen. Pada model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Multikolinieritas menjadi penyebab suatu model regresi memiliki varian yang besar sehingga sulit mendapatkan estimasi yang tepat. Multikolinieritas dapat diketahui dengan melihat nilai VIF (*variance inflation factor*), dimana jika nilai VIF dibawah 10 maka bisa dikatakan

multikolonieritas yang terjadi tidak berbahaya atau lolos dari uji multikolinieritas (Paramita, 2021:85).

Menurut Gunawan (2020:123) cara untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolonieritas yaitu dengan cara melihat nilai VIF dan *tolerance* dengan ketentuan jika nilai VIF kurang dari 10 dan *tolerance* lebih dari 0,1, maka dinyatakan tidak terjadi multikolonieritas.

c. Uji Heterokedastisitas

Menurut Umar (2011) heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah sebuah model regresi linear terjadi tidak sama antara varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. apabila varians dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tidak berubah disebut homokedastisitas, sedangkan varians tidak sama disebut heterokedastisitas.

Pengambilan keputusan memiliki dasar pengambilan yang akan menentukan ada atau tidaknya heterokedastisitas menurut Ghozali (2018) adalah sebagai berikut :

- 1) Apabila terdapat pola tertentu, titik-titik yang membentuk pola teratur dapat dikatakan terjadi heterokedastisitas.
- 2) Apabila pola yang tidak jelas dan penyebaran titik berada diatas atau dibawah angka 0 disumbu Y maka dapat dikatan tidak terjadi heterokedastisitas.

3.8.3. Analisis Regresi Linear Berganda

Hastono (2006), menyatakan bahwa analisis regresi linear berganda adalah suatu metode analisa yang digunakan untuk menentukan ketepatan suatu prediksi

dari pengaruh yang terjadi antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Rumus yang digunakan untuk regresi berganda sebagai berikut :

$$KK = a + b_1KP + b_2KPL + b_3L + e$$

Keterangan :

KK = Kepuasan Konsumen

KP = Kualitas Produk

KP = Kualitas Pelayanan

L = Lokasi

e = Error

a dan b_1 serta b_2 = Konstanta, Siregar (2015).

Penelitian ini menggunakan analisis linear berganda, tujuannya adalah untuk mengetahui variabel mana antara variabel independen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi yang berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen, sehingga dapat diketahui seberapa besar hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.

3.8.4. Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan pengujian regresi linear berganda selanjutnya akan dilakukan uji hipotesis. Uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel bebas dan variabel terkait. Uji hipotesis merupakan elemen yang sangat penting dalam penelitian. Beberapa jenis pengujian hipotesis yang dalam penelitian ini antara lain :

a. Uji t (Uji parsial)

Menurut Algifari (2015) Uji parsial atau uji koefisien regresi digunakan untuk menguji hipotesis tentang adanya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Uji parsial (uji t) dilakukan untuk menguji secara signifikan pengaruh kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dan lokasi (X3) terhadap kepuasan konsumen. Menurut (Widarjono, 2015) terdapat dua hipotesis yang digunakan dalam sebuah penelitian, yaitu hipotesis nol (H_0) serta hipotesis alternative (H_a), dimana hipotesis nol ini diartikan benar hingga kemudian dapat dibuktikan salah dengan dasar data sampel yang ada. Sedangkan hipotesis alternative dapat diartikan salah sehingga dibuktikan benar dengan dasar data sampel yang ada. Ketika hipotesis nol terbukti salah, maka hipotesis alternative harus benar. Berikut langkah-langkah dalam melakukan uji parsial (uji t) sebagai berikut:

1) Menentukan hipotesis

Hipotesis Pertama (H_1)

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen.

Hipotesis Kedua (H_2)

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan

kepuasan konsumen.

Hipotesis Ketiga (H_3)

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi dengan kepuasan konsumen.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi dengan kepuasan konsumen.

2) Menentukan *level of signifikan* dengan $\alpha = 10\%$

3) Menentukan besarnya t_{tabel}

t_{tabel} dapat dicari dengan mengamati tabel statistic pada tingkat dignifikasi α sebesar 0,1 serta derajat kebebasan $df = n - k$ dengan menggunakan 2 sisi (n yakni jumlah data dan k yakni jumlah variabel independen).

4) Menentukan kriteria pengujian :

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

Jika $- t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan h_a diterima.

5) Membuat kesimpulan dari perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} dan berdasarkan signifikan dengan kriteria yang telah ditetapkan.

b. Uji F (Uji Kelayakan Model)

Menurut Ferdinand (2014:239) uji kelayakan model ini dilakukan untuk melihat apakah model yang dianalisis memiliki tingkat kelayakan model yang tinggi yaitu variabel-variabel yang digunakan mampu menjelaskan fenomena yang akan dianalisis. Uji F dalam penelitian ini menggunakan Uji Anova. Uji Anova digunakan dengan tujuan untuk melihat sebaran varian yang disebabkan

oleh regresi dan varian yang disebabkan oleh residu. Hal ini dapat dianalisis melalui Uji F Anova yang membandingkan :

$$F = \frac{MS \text{ Regresi}}{MS \text{ Residual}}$$

Keterangan :

MS Regresi = *Mean of Square Regresi*

MS Residual = *Mean of Square Residual*

Hasil pembagian antara *mean square* regresi dengan *mean square* residual akan diperoleh nilai F. Nilai F dikenal dengan F_{hitung} dalam uji hipotesis yang kemudian akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika $F_{hitung} \geq$ atau jika $sig \leq 0,05$ (5%), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya model regresi dinyatakan layak atau diterima untuk menjelaskan variabel bebas terhadap variabel terikat.
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau jika $sig > 0,05$ (5%), maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya model regresi dinyatakan ditolak atau tidak layak untuk menjelaskan variabel bebas terhadap variabel terikat.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa baik garis regresi yang sesuai dengan data aktualnya yang ditunjukkan, berdasarkan determinasi (R^2) antara 0 sampai 1. Koefisien determinasi diperoleh dari total variabel Y (dependen) yaitu kepuasan konsumen yang dijelaskan oleh variabel X (independen) yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi yang dinyatakan dalam presentase. Apabila diperoleh $R^2=1$ atau mendekati 1, maka garis regresi

yang dihasilkan akan semakin baik, jika garis regresi mendekati 0 maka garis regresi dinyatakan kurang baik (Widarjono, 2015).

Jadi koefisien determinasi dalam penelitian ini untuk mengukur kemampuan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi yang signifikan dalam menjelaskan kepuasan konsumen Rumah Makan Pondok Asri di Kota Lumajang.

