

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Obyek Penelitian

Obyek penelitian yang akan diteliti merupakan Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Hachi-Hachi Bistro Tunjungan Plaza Surabaya, yang beralamat di Tunjungan Plaza IV lantai 5 jalan Basuki Rachmat nomor 8-12 dengan cara menyebarkan kuesioner serta memperoleh data dari manajemen Hachi-Hachi Bistro Tunjungan Plaza Surabaya.

3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan hasil tabulasi dari jawaban responden. Data tersebut dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti yang diperoleh langsung dari responden. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, baik berupa keterangan maupun literatur yang ada hubungannya dengan penelitian.





3.3 Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua bagian, yaitu :

1. Variabel eksogen yakni variabel yang tidak diprediksi oleh variabel lain dalam model. Variabel eksogen dikenal juga sebagai *independent variable*. Dalam penelitian ini variabel eksogen adalah Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan.
2. Variabel endogen yakni variabel yang diprediksi oleh satu atau beberapa variabel yang lain dalam model. Variabel endogen dikenal juga sebagai *dependent variable*. Dalam penelitian ini variabel endogen adalah Kepuasan Konsumen.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel diperlukan untuk menjelaskan variabel yang diidentifikasi sebagai upaya pemahaman dalam penelitian. Definisi variabel-variabel yang diteliti adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Produk (X_1)

Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan baik yang dinyatakan atau tersirat.. Variabel ini diberlakukan sebagai variabel bebas (X_1), dan akan diukur dengan skala likert. Indikator kualitas produk yang digunakan adalah: rasa yang khas, sesuai dengan harapan

konsumen, produk yang disajikan higienis, penyajiannya menarik, porsinya pas, menu produk yang bervariasi, dan aroma yang khas.

2. Kualitas Pelayanan (X_2)

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila layanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas layanan yang dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika layanan yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas layanan dipersepsikan ideal. Sebaliknya jika layanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas layanan dianggap buruk. Variabel ini diperlakukan sebagai variabel bebas (X_2) dan akan diukur dengan skala likert. Indikator kualitas pelayanan yang digunakan adalah bukti fisik (*tangible*), reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*).

3. Kepuasan Konsumen (Y_1)

Kepuasan konsumen adalah sejauh mana kinerja yang dirasakan suatu produk sesuai harapan pembeli. Variabel ini diperlakukan sebagai variabel terikat (Y_1) dan akan diukur dengan skala likert. Indikator kepuasan konsumen yang digunakan adalah kepuasan.



Tabel 3.1
Varibel, Indikator dan Item Penelitian

No	Variabel	Indikator	Item	Skala Pengukuran
	Kualitas Produk (X ₁)	1. Rasa yang khas 2. Sesuai dengan harapan konsumen 3. Produk yang disajikan higienis 4. Penyajiannya menarik 5. Porsinya pas 6. Menu produk yang bervariasi 7. Aroma yang khas	1. Rasa makanan di Hachi-Hachi Bistro Tunjungan Plaza khas. 2. Rasa makanan di Hachi-Hachi Bistro Tunjungan Plaza sesuai dengan harapan konsumen. 3. Makanan yang disajikan di Hachi-Hachi Bistro Tunjungan Plaza higienis. 4. Penyajian makanan di Hachi-Hachi Bistro Tunjungan Plaza menarik. 5. Porsi makanan di Hachi-Hachi Bistro Tunjungan cukup. 6. Menu makanan di Hachi-Hachi Bistro Tunjungan Plaza bervariasi. 7. Aroma makanan di Hachi-Hachi Bistro Tunjungan Plaza khas	Skala Likert interval 1-5
	Kualitas Pelayanan (X ₂)	1. Bukti Fisik (<i>Tangible</i>) 2. Reliabilitas (<i>Reliability</i>) 3. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) 4. Jaminan (<i>Assurance</i>) 5. Empati (<i>Emphaty</i>)	A. Bukti Fisik (<i>Tangible</i>) 1. Kondisi tempat Hachi-Hachi Bistro Tunjungan Plaza bersih dan nyaman. 2. Dekorasi Hachi-Hachi Bistro Tunjungan Plaza menarik. 3. Penampilan karyawan Hachi-Hachi Bistro Tunjungan Plaza bersih dan rapi.	Skala Likert interval 1-5





Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

			<p>4. Fasilitas pelengkap yang disediakan Hachi-Hachi Bistro Tunjungan Plaza (kursi, meja, peralatan makan, wastafel, dll) bersih dan dalam keadaan baik.</p> <p>5. Hachi-Hachi Bistro Tunjungan Plaza memberitahukan promosi dan kemudahan dalam hal pembayaran.</p> <p>B. Reliabilitas (<i>Reliability</i>)</p> <ol style="list-style-type: none">1. Karyawan melayani pesanan makanan sesuai pilihan konsumen.2. Karyawan menghantarkan pesanan makanan tepat waktu. <p>C. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)</p> <ol style="list-style-type: none">1. Karyawan bertindak cepat saat konsumen berkunjung.2. Kesiapan karyawan dalam membantu konsumen yang kesulitan. <p>D. Jaminan (<i>Assurance</i>)</p> <ol style="list-style-type: none">1. Karyawan melayani konsumen dengan ramah dan sopan.2. Karyawan menguasai informasi menu makanan yang dijual.	
--	--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--



			<p>E. Empati (<i>Emphaty</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan komunikatif dengan konsumen. 2. Karyawan memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial. 3. Karyawan memahami keinginan konsumen. 	
Kepuasan Konsumen (Y ₁)	1. Kepuasan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keinginan konsumen untuk kembali ke Hachi-Hachi Bistro Tunjungan plaza. 2. Merekomendasikan kepada orang lain untuk makan di Hachi-Hachi Bistro Tunjungan Plaza. 3. Tetap memilih Hachi-Hachi Bistro Tunjungan Plaza. 	Skala Likert interval 1-5	

3.5 Populasi dan Sampel

Populasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti sekelompok orang, benda, atau hal yang menjadi sumber pengambilan sampel, suatu kumpulan yang memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian. Menurut Sekaran (2006: 121) populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang ingin peneliti investigasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Hachi-Hachi Bistro Tunjungan Plaza Surabaya.



Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, yang secara representatif dapat mewakili populasinya. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *purposive sampling* yang merupakan bagian dari teknik dari *nonprobability sampling*. Menurut Sugiyono (2011: 67) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Yang menjadi pertimbangan tertentu dalam menentukan sampel di penelitian ini adalah responden yang berumur 15-40 tahun. Hal ini ditentukan setelah peneliti melakukan wawancara dengan pihak Hachi-Hachi Bistro. Dasar pengambilan sampel minimal didasarkan atas pendapat Roscoe (1975) dalam Sugiyono (2011: 131) yang menyebutkan bahwa setiap penelitian, ukuran sampel minimal harus berkisar antara 30-500. Untuk itu, dalam penelitian ini diambil sampel sebanyak 100 orang karena cukup memenuhi syarat minimal tersebut.

3.6 Metode dan Teknik Analisis Data

3.6.1 Metode

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode deskriptif-korelasional dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan pendekatan kualitatif. Menurut Nazir (2009: 54) penelitian deskriptif merupakan penelitian yang ditujukan untuk memberikan gambaran atau lukisan yang sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diteliti.



Menurut Baequni (2009: 54) penelitian korelasional adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan suatu variabel dengan variabel yang lain.

Menurut Nazir (2009: 56) pendekatan kuantitatif pada metode ini dengan menggunakan teknik survei, teknik survei merupakan penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual, baik tentang institusi sosial, ekonomi, atau politik di suatu daerah.

Menurut Sugiyono (2011: 15) pendekatan kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan dengan *purposive*, teknik pengumpulan dengan triangulasi, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

3.6.2 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah sebuah cara mengolah data yang terkumpul untuk diinterpretasikan dan untuk menjawab permasalahan yang dirumuskan. Penelitian ini menggunakan teknik statistik parametrik.

1. Uji Validitas

Menurut Priyatno (2010: 90) validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur.



Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala, apakah item-item pada kuesioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas yang digunakan adalah uji validitas item. Validitas item ditunjukkan dengan adanya korelasi atau dukungan terhadap item total (skor total), perhitungan dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor total item. Dari hasil perhitungan korelasi akan didapat suatu koefisien korelasi yang digunakan untuk mengukur tingkat validitas suatu item dan untuk menentukan apakah suatu item layak digunakan atau tidak.

Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05, artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a. Jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- b. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).



2. Uji Reliabilitas

Menurut Priyatno (2010: 97) uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Ada beberapa metode pengujian reliabilitas diantaranya metode tes ulang, formula belah dua dari Spearman-Brown, formula Rulon, formula Flanagan, Cronbach's Alpha, metode formula KR-20, KR-21, dan metode Anova Hoyt. Dalam program SPSS akan dibahas untuk uji yang sering digunakan penelitian mahasiswa adalah dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha. Untuk pengujian biasanya menggunakan batasan tertentu seperti 0,6. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a. Apabila hasil koefisien Alpha $>$ taraf signifikansi 0,6 maka kuesioner tersebut *reliable*.
- b. Apabila hasil koefisien Alpha $<$ taraf signifikansi 0,6 maka kuesioner tersebut tidak *reliable*.

3. Asumsi Klasik.

Penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik sebelum menguji hipotesis dengan menggunakan analisis regresi berganda. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

A. Uji Normalitas

Menurut Santosa dan Ashari (2005: 231) pengujian normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data. Uji ini merupakan pengujian yang paling banyak dilakukan untuk analisis statistik parametrik. Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Menurut Santoso (2010: 322) metode yang digunakan adalah pengujian secara visual dengan metode gambar normal *probability plots* dalam program SPSS yang membandingkan distribusi kualitatif dari distribusi normal. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Dasar pengambilan keputusan:

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan / atau tidak mengikuti arah garis diagonal, tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka dapat disimpulkan model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Menurut Wijaya (2009: 126) model regresi yang baik adalah model regresi yang berdistribusi normal. Analisis data mensyaratkan data berdistribusi normal untuk menghindari bias dalam analisis data,





sehingga data yang tidak normal harus dibuang karena akan menimbulkan bias dalam interpretasi dan mempengaruhi data lainnya.

Alat lain yang digunakan dalam uji normalitas dalam penelitian ini dengan menggunakan *One Sample Kolmogrov Smirnov Test*. Pengambilan keputusan mengenai normalitas adalah sebagai berikut:

- a. Jika $p < 0,05$ maka distribusi data tidak normal.
- b. Jika $p > 0,05$ maka distribusi data normal.

B. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Santosa dan Ashari (2005: 242) asumsi heteroskedastisitas adalah asumsi dalam regresi dimana varians dari residual tidak sama untuk satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas. Menurut Wijaya (2009: 124) model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas karena data *cross section* memiliki data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar). Menurut Santoso (2010: 210) untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas dalam model regresi bisa dilihat dari pola yang terbentuk pada titik-titik yang terdapat pada grafik *scatterplot*. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:



- a. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik (*point-point*) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka telah terjadi heterokedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heterokedastisitas.

C. Uji Multikolinieritas

Menurut Santosa dan Ashari (2005: 238) asumsi multikolinieritas menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinieritas. Gejala multikolinieritas adalah gejala korelasi antar variabel independen.

Menurut Wijaya (2009: 119) menyatakan bahwa model uji regresi yang baik selayaknya tidak terjadi multikolinieritas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas :

- a. Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel bebas banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel terikat.
- b. Menganalisis korelasi antar variabel bebas. Jika antar variabel bebas ada korelasi yang cukup tinggi (diatas 0,90) maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinieritas.



- c. Multikolinearitas juga dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *VIF (Variance Inflation Factor)*, jika nilai $VIF < 10$ dan nilai $Tolerance > 0,10$ maka tingkat kolinearitas dapat ditoleransi.
- d. Nilai ekuivalen sejumlah satu atau lebih variabel bebas yang mendekati nol memberikan petunjuk adanya multikolinearitas.

D. Uji Autokorelasi

Menurut Priyatno (2010: 87) autokorelasi adalah keadaan dimana terjadinya korelasi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Metode pengujian menggunakan uji Durbin-Watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika d lebih kecil dari d_l atau lebih besar dari $(4-d_l)$, maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- b. Jika d terletak antara d_l dan $(4-d_u)$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
- c. Jika d terletak antara d_l dan d_u atau d_i antara $(4-d_u)$ dan $(4-d_l)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.



2. Analisis Regresi linier berganda

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah model regresi linier berganda. Hal ini dikarenakan variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah lebih dari satu. Persamaan regresi pada penelitian ini dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y_1 = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Dimana :

Y_1 = Variabel dependen (Kepuasan Konsumen)

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien regresi

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Kualitas Pelayanan

e = *error*.

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui persentase besarnya pengaruh variabel independen dan variabel dependen. Menurut Sugiyono (2011: 250), koefisien determinasi dinyatakan dalam persentase (%) dengan rumus sebagai berikut:

$$Kd = (r)^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi yang dikuadratkan



Tabel 3.2
Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2011: 250)

4. Pengujian Hipotesis

Menurut Santosa dan Ashari (2005: 145) untuk menguji kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variabel dependen, beberapa ukuran yang bisa digunakan adalah koefisien determinasi, dimana koefisien determinasi memberikan panduan kebaikan model dengan menjelaskan seberapa besar perubahan dari variabel dependen yang bisa dijelaskan oleh perubahan dalam variabel independen; kesalahan standar estimasi dimana nilai ini memberikan panduan tentang kesalahan dari model dalam memprediksi nilai y dengan variabel x ; koefisien korelasi parsial dimana kita menganalisis hubungan dari variabel independen secara individu dengan variabel dependen.



5. Uji t

Menurut Ghozali (2011: 98) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Menurut Priyatno (2010: 69), uji t dilakukan dengan membandingkan signifikansi t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

- H_0 diterima jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ untuk $\alpha = 0,05$.
- H_0 ditolak jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ untuk $\alpha = 0,05$.

6. Uji F

Menurut Ghozali (2011: 98) uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Menurut Priyatno (2010: 67), uji F dilakukan dengan membandingkan signifikansi F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

- H_0 diterima jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ untuk $\alpha = 0,05$.
- H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ untuk $\alpha = 0,05$.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Hachi-Hachi Bistro adalah sebuah resto makanan Jepang yang terletak di dalam Tunjungan Plaza Surabaya. Pencetus atau pendiri dari sebuah usaha ini adalah Bapak Alfred dan Bapak Bernard. Pada waktu itu beliau melihat peluang usaha makanan Jepang begitu menjanjikan, lalu beliau memilih Tunjungan Plaza Surabaya sebagai tempat restonya, dimana Tunjungan Plaza Surabaya merupakan tempat yang strategis. Hachi-Hachi Bistro berada di Tunjungan Plaza IV lantai 5 no.46, dan nomor telepon (031) 5451003.

Untuk makanan Jepang memiliki keunggulan diantaranya makanan Jepang indah karena adanya variasi potongan, warna dan hiasan pada makanan, makanan Jepang sehat karena bahannya alami dan segar, serta makanan Jepang membatasi penggunaan minyak dan disajikan secara higienis. Hal ini dapat terlihat dari menu yang disajikan di Hachi-Hachi seperti *edamame*, *miso soup*, *spicy seafood yaki udon*, *peking salmon roll*, *dragon roll*, *volcano roll*, *crunchy roll*, *bistro rice*, *chicken katsu don*, *sushi bulgogi*, dan lain-lain.



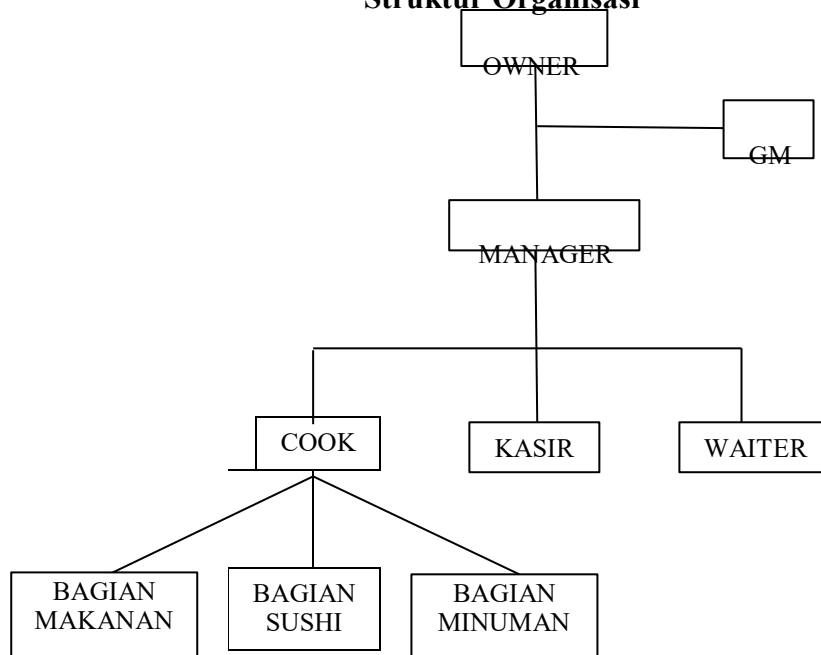


Fasilitas-fasilitas yang bisa dinikmati oleh konsumen, diantaranya:

1. Konsumen dapat menikmati koneksi internet melalui *Wireless Fidelity* (Wi-fi zone) yang disediakan.
2. Konsumen dapat menikmati tempat duduk yang nyaman.
3. Selalu ada musik yang diputarkan untuk menghibur konsumen saat menikmati makanan dan minumannya.

4.1.2 Struktur Organisasi

Gambar 4.1
Struktur Organisasi



4.1.3 Strategi Perusahaan

Menciptakan menu-menu baru yang memiliki kualitas rasa yang enak dan baik serta menarik minat beli konsumen untuk mencobanya dan ingin belajar.



4.2 Deskripsi Hasil Penelitian

4.2.1 Identitas Responden

1. Klasifikasi Jenis Kelamin Responden

Pada Tabel 4.1 akan dijelaskan distribusi jenis kelamin responden dari penelitian yang telah dilakukan. Hasil penyebaran kuesioner diperoleh informasi bahwa jenis kelamin paling banyak yaitu wanita sebanyak 55 orang (55%) sedangkan pria sebanyak 45 orang (45%), sehingga dapat disimpulkan bahwa responden wanita lebih banyak datang ke Hachi-Hachi Bistro Tunjungan Plaza daripada responden pria.

Tabel 4.1
Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	<i>Frequency</i>	<i>Percent (%)</i>
Pria	45	45
Wanita	55	55
Total	100	100

Sumber: Kuesioner diolah

2. Klasifikasi Jenis Pekerjaan Responden

Pada Tabel 4.2 akan dijelaskan distribusi jenis pekerjaan responden. Hasil penyebaran kuesioner diperoleh informasi bahwa responden dengan jenis pekerjaan pelajar/ mahasiswa yang paling banyak yaitu sebanyak 53 orang (53%), responden dengan jenis pekerjaan pegawai negeri sebanyak 8 orang (8%), responden dengan jenis pekerjaan wiraswasta sebanyak 16 orang (16%), pekerjaan ibu rumah tangga sebanyak 23 orang (23%), dan



responden dengan jenis pekerjaan lain-lain tidak ada. Hal ini dapat disimpulkan bahwa responden dengan jenis pekerjaan pelajar/mahasiswa lebih banyak datang ke Hachi-Hachi Bistro Tunjungan Plaza.

Tabel 4.2
Klasifikasi Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	<i>Frequency</i>	<i>Percent (%)</i>
Pelajar / Mahasiswa	53	53
Pegawai Negeri	8	8
Wiraswata	16	16
Ibu Rumah Tangga	23	23
Lain-Lain	0	0
Total	100	100

Sumber: Kuesioner diolah

3. Klasifikasi Tingkat Kunjungan Responden

Pada Tabel 4.3 akan dijelaskan distribusi dari tingkat kunjungan responden. Hasil penyebaran kuesioner diperoleh informasi bahwa responden dengan tingkat kunjungan 2 kali sebanyak 29 orang (29%) dan responden dengan tingkat kunjungan lebih dari 2 kali sebanyak 71 orang (71%). Hal ini dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang pernah berkunjung ke Hachi-Hachi Bistro Tunjungan Plaza lebih dari 2 kali.



Tabel 4.3
Klasifikasi Berdasarkan Tingkat Kunjungan

Tingkat Kunjungan	<i>Frequency</i>	<i>Percent (%)</i>
2 kali	29	29
> 2 kali	71	71
Total	100	100

Sumber: Kuesioner diolah.

4.3 Pembahasan dan Analisa Data

4.3.1 Uji Validitas

Analisis uji validitas digunakan untuk mengukur ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala, apakah item-item pada kuesioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur. Pengujian validitas disini menggunakan bantuan program SPSS Statistics versi 17.0. Cara mengukur validitas adalah dengan menggunakan metode korelasi pearson. Jika hasil yang dihasilkan masing-masing item pertanyaan (r hitung) signifikan dibandingkan dengan r tabel maka item tersebut dikatakan valid. Dimana r tabel didapatkan dari tabel nilai *product moment* dengan derajat kebebasan (dk) = $n-2$. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- Jika r hitung $\geq r$ tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).



- b. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Berikut hasil perhitungan korelasi pearson dan masing-masing pertanyaan yang diajukan kepada responden.

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas untuk Semua Variabel

Variabel	Korelasi Pearson	r tabel	Keterangan
X1.1	0,586	0,1966	VALID
X1.2	0,528	0,1966	VALID
X1.3	0,450	0,1966	VALID
X1.4	0,558	0,1966	VALID
X1.5	0,488	0,1966	VALID
X1.6	0,492	0,1966	VALID
X1.7	0,586	0,1966	VALID
X2.1	0,425	0,1966	VALID
X2.2	0,472	0,1966	VALID
X2.3	0,205	0,1966	VALID
X2.4	0,440	0,1966	VALID
X2.5	0,615	0,1966	VALID
X2.6	0,440	0,1966	VALID
X2.7	0,615	0,1966	VALID
X2.8	0,271	0,1966	VALID
X2.9	0,511	0,1966	VALID
X2.10	0,511	0,1966	VALID
X2.11	0,217	0,1966	VALID
X2.12	0,472	0,1966	VALID



X2.13	0,271	0,1966	VALID
X2.14	0,511	0,1966	VALID
Y1.1	0,604	0,1966	VALID
Y1.2	0,719	0,1966	VALID
Y1.3	0,632	0,1966	VALID

Sumber: Lampiran

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa seluruh variabel valid karena hasil dari korelasi pearson menunjukkan nilai yang signifikan.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Teknik pengujian yang dipakai dalam pengujian reliabilitas variabel penelitian ini adalah metode statistik Cronbach's Alpha. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- Apabila hasil koefisien Alpha $>$ taraf signifikansi 0,6 maka kuesioner tersebut *reliable*.
- Apabila hasil koefisien Alpha $<$ taraf signifikansi 0,6 maka kuesioner tersebut tidak *reliable*.



Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas untuk Semua Variabel

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
X1.1	0,757	RELIABEL
X1.2	0,761	RELIABEL
X1.3	0,773	RELIABEL
X1.4	0,766	RELIABEL
X1.5	0,762	RELIABEL
X1.6	0,771	RELIABEL
X1.7	0,757	RELIABEL
X2.1	0,761	RELIABEL
X2.2	0,771	RELIABEL
X2.3	0,773	RELIABEL
X2.4	0,762	RELIABEL
X2.5	0,764	RELIABEL
X2.6	0,762	RELIABEL
X2.7	0,764	RELIABEL
X2.8	0,773	RELIABEL
X2.9	0,757	RELIABEL
X2.10	0,757	RELIABEL
X2.11	0,771	RELIABEL
X2.12	0,771	RELIABEL
X2.13	0,773	RELIABEL
X2.14	0,757	RELIABEL
Y1.1	0,773	RELIABEL
Y1.2	0,774	RELIABEL
Y1.3	0,771	RELIABEL

Sumber: Lampiran



Dari tabel diatas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai Cronbach's Alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,60, sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel.

4.3.3 Uji Asumsi Klasik

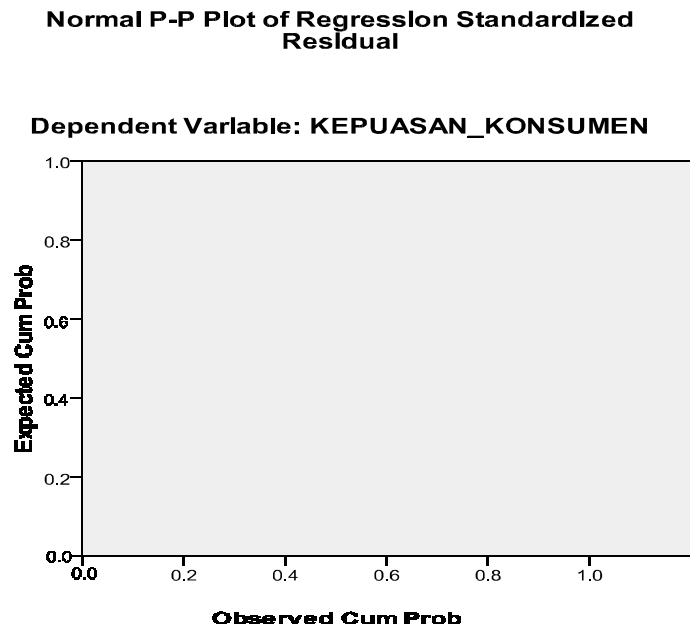
A. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data. Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang berdistribusi normal.

Dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS Statistics versi 17.0 untuk melihat apakah model regresinya berdistribusi normal ataukah tidak (gambar normal *probability plots*), selain itu alat yang digunakan dalam uji normalitas dalam penelitian ini adalah menggunakan *One Sample Kolmogrov Smirnov Test*. Pengambilan keputusan mengenai normalitas adalah sebagai berikut:

- a. Jika $p < 0,05$ maka distribusi data tidak normal.
- b. Jika $p > 0,05$ maka distribusi data normal.

Gambar 4.2
P-P Plot Uji Normalitas



Sumber: Lampiran

Berdasarkan Gambar 4.2 dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Berikutnya untuk uji normalitas menggunakan *One Sample Kolmogrov Smirnov Test* didapatkan nilai sig sebesar $0,316 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

Tabel 4.6
Hasil Uji Kolmogrov Smirnov

	Unstandardized Residual
Asymp. Sig. (2-tailed)	.316

Sumber: Lampiran





B. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang terjadi antara residual (kesalahan pengganggu) pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Salah satu cara untuk mendeteksi adanya autokorelasi adalah dengan menggunakan uji Durbin Watson (uji DW). Metode pengujian menggunakan uji Durbin-Watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika d lebih kecil dari d_l atau lebih besar dari $(4-d_l)$, maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- Jika d terletak antara d_l dan $(4-d_u)$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
- Jika d terletak antara d_l dan d_u atau d_i antara $(4-d_u)$ dan $(4-d_l)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

Dari hasil pengolahan data SPSS Statistics versi 17.0 diperoleh nilai DW sebesar 2,076, sedangkan untuk nilai d_l sebesar 1,634 dan nilai $4-d_u$ sebesar 2,285. Dengan demikian $d_l < DW < 4-d_u$ atau $1,634 < 2,076 < 2,285$; maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.



C. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas tersebut tidak saling berkorelasi atau ada hubungan linier diantara variabel-variabel bebas dalam model regresi yang digunakan. Model regresi yang layak digunakan harus terbebas dari gejala multikolinieritas. Dalam penelitian ini, pengujian analisis multikolinieritas ditunjukkan dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai *Tolerance*. Dasar pengambilan keputusan untuk nilai VIF adalah:

- Nilai VIF $< 10,00$ tidak terjadi multikolinieritas.
- Nilai VIF $> 10,00$ terjadi multikolinieritas.

Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk nilai *Tolerance* adalah:

- Nilai *Tolerance* $> 0,10$ tidak terjadi multikolinieritas.
- Nilai *Tolerance* $< 0,10$ terjadi multikolinieritas.

Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Colinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kualitas Produk (X_1)	0,532	1,879
Kualitas Pelayanan (X_2)	0,532	1,879

Sumber: Lampiran



Berdasarkan tabel diatas nilai *Tolerance* untuk kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) $0,532 > 0,10$; sedangkan nilai VIF untuk kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) $1,879 < 10,00$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

D. Uji Heteroskedastisitas

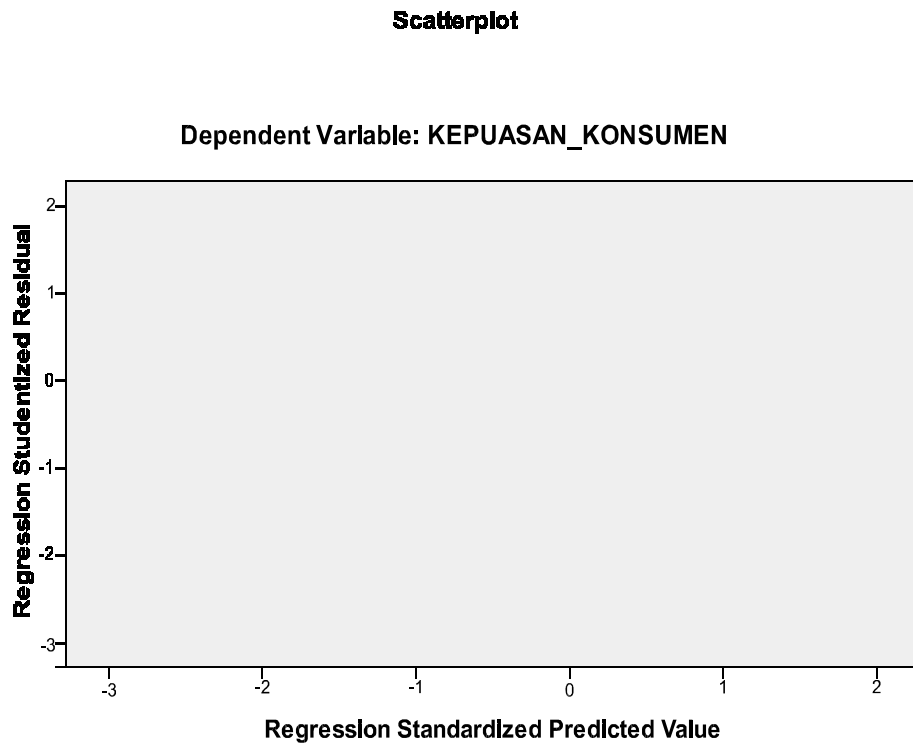
Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi gejala berubah-ubah (tidak konstan) dari variabel residual setiap observasi. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas karena data *cross section* memiliki data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar).

Untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas dalam model regresi bisa dilihat dari pola yang terbentuk pada titik-titik yang terdapat pada grafik *scatterplot*. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik (*point-point*) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka telah terjadi heterokedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Hasil pengolahan SPSS Statistics versi 17.0 yang menunjukkan heteroskedastisitas sebagai berikut:

Gambar 4.3
Scatterplot Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Lampiran

4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (kualitas produk dan kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen maka digunakan alat untuk menganalisis data yaitu dengan menggunakan model regresi linier berganda. Hasil pengolahan data dengan menggunakan bantuan program SPSS Statistics versi 17.0 dapat dilihat pada tabel berikut:

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.





Tabel 4.8
Koefisien Korelasi Berganda

Model	Unstandardized		Standardized	T	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	8.7225	1.2435		7.251	.000
KUALITAS_PRODUK	.046	.044	.105	1.041	.300
KUALITAS_PELAYANAN	.085	.027	.303	3.149	.002

a. Dependent Variable: KEPUASAN_KONSUMEN

Sumber: Lampiran

Pada tabel tersebut diatas menunjukkan persamaan regresi yang dapat menjelaskan ada atau tidak hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat serta dapat menginformasikan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan penelitian ini, maka persamaan regresi bergandanya dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$Y_1 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Maka, hasil persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y_1 = 8,7225 + 0,046X_1 + 0,085 X_2$$

Berdasarkan model regresi linier berganda ini dapat dijelaskan bahwa:

a. Nilai a sebesar = 8,7225

Konstanta sebesar 8,7225 menunjukkan bahwa jika kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki nilai 0, maka kepuasan konsumen adalah sebesar 8,7225 satuan.



b. Nilai b_1 sebesar = 0,046

Menunjukkan bahwa koefisien regresi variabel kualitas produk (X_1) meningkat sejumlah satu satuan dengan anggapan variabel lain tetap maka akan diikuti oleh peningkatan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,046 satuan.

c. Nilai b_2 sebesar = 0,085

Menunjukkan bahwa koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X_2) meningkat sejumlah satu satuan dengan anggapan variabel lain tetap maka akan diikuti oleh peningkatan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,085 satuan.

4.3.5 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui persentase besarnya pengaruh variabel independen dan variabel dependen. Koefisien determinasi dinyatakan dalam persentase (%). Koefisien determinasi pada program SPSS dapat dilihat dari nilai *R Square*. Hasil pengolahan data dengan menggunakan bantuan program SPSS Statistics versi 17.0 dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.9
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b			
Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.334 ^a	.112	.093

a. Predictors: (Constant), KUALITAS_PELAYANAN, KUALITAS_PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUASAN_KONSUMEN

Sumber: Lampiran



Berdasarkan tabel diatas nilai *Adjusted R Square* 0,093 atau 9,3%. Hal ini berarti hubungan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sangat rendah.

4.3.6 Uji F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Uji F dilakukan dengan membandingkan signifikansi F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. H_0 diterima jika **F hitung** \leq **F tabel** untuk $\alpha = 0,05$.
- b. H_0 ditolak jika **F hitung** $>$ **F tabel** untuk $\alpha = 0,05$.

Model uji ini dapat dilihat pada nilai F_{hitung} yang telah diperoleh dari program SPSS Statistics versi 17.0 sebagai berikut:

Tabel 4.10
Analisis of Varians

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	36.056	2	18.028	6.100	.003 ^a
Residual	286.694	97	2.956		
Total	322.750	99			

a. Predictors: (Constant), KUALITAS_PELAYANAN, KUALITAS_PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUASAN_KONSUMEN

Sumber: Lampiran



Rumus untuk mencari nilai F_{tabel} adalah:

$$df_1 = k - 1 \quad (\text{Horizontal})$$

$$df_2 = n - k \quad (\text{Vertikal})$$

Keterangan:

k = jumlah variabel (bebas + terikat)

n = jumlah sampel

$df_1 = 3-1= 2$, sedangkan untuk $df_2 = 100-3= 97$, didapatkan nilai untuk $F_{tabel} (2;97)$ adalah sebesar 3,09.

Pengajuan hipotesis untuk uji F adalah:

- a. H_0 = Tidak ada pengaruh simultan dari kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Hachi-Hachi Bistro Tunjungan Plaza Surabaya.
- b. H_1 = Ada pengaruh simultan dari kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Hachi-Hachi Bistro Tunjungan Plaza Surabaya.

Dari tabel ANOVA diatas dapat dilihat hasil dari F_{hitung} sebesar 6,100; lalu kita bandingkan dengan nilai F_{tabel} 3,09. Jadi $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $6,100 > 3,09$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan secara keseluruhan variabel bebas (kualitas produk dan kualitas pelayanan) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Hachi-Hachi Bistro Tunjungan Plaza Surabaya.



4.3.7 Uji t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Uji t dilakukan dengan membandingkan signifikansi t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. H_0 diterima jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ untuk $\alpha = 0,05$.
- b. H_0 ditolak jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ untuk $\alpha = 0,05$.

Model uji ini dapat dilihat pada nilai t_{hitung} yang telah diperoleh dari program SPSS Statistics versi 17.0 sebagai berikut:

Tabel 4.11
Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	1(Constant)	8.7225	1.2435		
KUALITAS_PRODUK	.046	.044	.105	1.041	.300
KUALITAS_PELAYANAN	.085	.027	.303	3.149	.002

a. Dependent Variable: KEPUASAN_KONSUMEN

Sumber: Lampiran

Prosedur pengujian uji t adalah menggunakan uji 2 sisi ($\alpha = 0,025$), dengan $df = n - k - 1 = 97$, $t_{tabel} = t_{0,025}(97) = 1,984$.



Pengajuan hipotesis untuk uji t adalah:

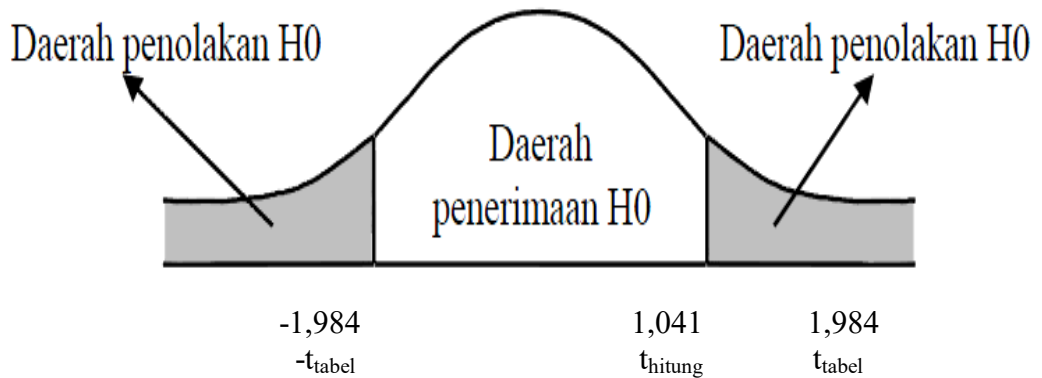
- a. H_0 = Tidak ada pengaruh positif signifikan dari kualitas produk/ kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Hachi-Hachi Bistro Tunjungan Plaza Surabaya.
- b. H_1 = Ada pengaruh positif signifikan dari kualitas produk/ kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Hachi-Hachi Bistro Tunjungan Plaza Surabaya.

Dari tabel 4.11 diatas hasilnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Nilai t_{hitung} variabel kualitas produk (X_1) adalah $1,041 <$ nilai t_{tabel} $1,984$ dan tingkat signifikansi $0,300 > 0,025$; dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X_1) secara parsial tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y_1) di Hachi-Hachi Bistro Tunjungan Plaza Surabaya.

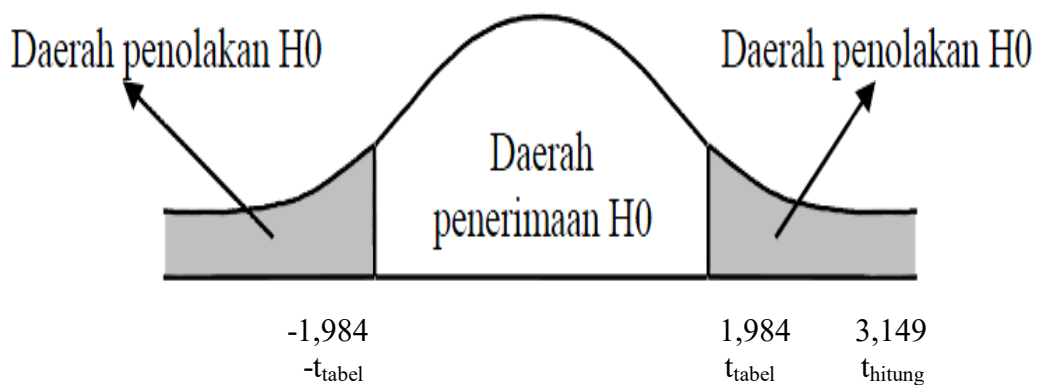


Gambar 4.4
Kurva Uji t Variabel X_1 terhadap Y



- b. Nilai t_{hitung} variabel kualitas pelayanan (X_2) adalah 3,149 > nilai t_{tabel} 1,984 dan tingkat signifikansi $0,002 < 0,025$; dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y_1) di Hachi-Hachi Bistro Tunjungan Plaza Surabaya.

Gambar 4.5
Kurva Uji t Variabel X_2 terhadap Y





Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.