

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan oleh peneliti, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data empiris dan fakta-fakta yang tepat (sahih, benar, dan valid), serta dapat dipercaya dan diandalkan (*reliable*) tentang:

1. Hubungan antara lingkungan fisik dengan kepuasan pelanggan.
2. Hubungan antara persepsi harga dengan kepuasan pelanggan.

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

##### **1. Tempat Penelitian**

Tempat penelitian dilaksanakan di Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang beralamat di Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220. Alasan peneliti melakukan penelitian di tempat tersebut karena berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan bahwa, di tempat tersebut terdapat masalah mengenai kepuasan pelanggan Ropisbak Ghifari Jalan Pemuda, Rawamangun pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Selain itu, juga karena faktor keterjangkauan, sehingga memudahkan proses pengambilan data untuk penelitian.

## 2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan dari bulan Maret 2017 sampai dengan bulan Juli 2017. Waktu tersebut merupakan waktu yang tepat untuk melaksanakan penelitian karena jadwal perkuliahan peneliti sudah tidak padat, sehingga akan mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian dan peneliti dapat mencurahkan perhatian pada pelaksanaan penelitian.

## C. Metode Penelitian

### 1. Metode

Metode penelitian pada dasarnya merupakan “Cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu”<sup>51</sup>. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survey* dengan pendekatan korelasional. Alasan peneliti menggunakan metode ini karena sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, yaitu untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, yakni ingin mengetahui seberapa besar hubungan antara variabel bebas pertama yaitu lingkungan fisik (X1), variabel bebas kedua yaitu persepsi harga (X2), dan variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y).

Menurut Lawrence dalam buku Sugiyono mengatakan bahwa:

*Survey are quantitative beasth. The survey ask many people (call respondent) about their belief, opinions, characteristic*

---

<sup>51</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2007), h. 3.

*and past or present behavior. Survey are appropriate for research questions about self reported belief of behavior*<sup>52</sup>.

Artinya, penelitian *survey* adalah penelitian kuantitatif. Dalam penelitian *survey*, peneliti menanyakan ke beberapa orang (yang disebut dengan responden) tentang keyakinan, pendapat, karakteristik suatu objek dan perilaku yang telah lalu atau sekarang. Penelitian *survey* berkenaan dengan pertanyaan tentang keyakinan dan perilaku dirinya sendiri.

Sedangkan, pendekatan yang dilakukan adalah korelasional. Adapun alasan menggunakan pendekatan korelasional adalah untuk menemukan ada tidaknya hubungan dan apabila ada, berapa erat hubungan, serta berarti atau tidaknya hubungan tersebut. Dengan pendekatan korelasional dapat dilihat hubungan antara variabel bebas (lingkungan fisik) yang diberi simbol  $X_1$  dengan variabel terikat (kepuasan pelanggan) yang diberi simbol  $Y$  sebagai variabel yang dipengaruhi. dan hubungan antara variabel bebas (persepsi harga) yang diberi simbol  $X_2$  dengan variabel terikat (kepuasan pelanggan) yang diberi simbol  $Y$  sebagai variabel yang dipengaruhi.

## **2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel**

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa:

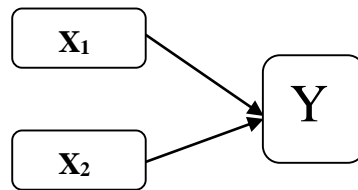
- a. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara lingkungan fisik dengan kepuasan pelanggan.

---

<sup>52</sup> *Ibid.*, h. 12.

- b. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara persepsi harga dengan kepuasan pelanggan.

Maka, konstelasi hubungan antar variabel penelitian tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Keterangan:

Variabel Bebas ( $X_1$ ) : Lingkungan Fisik

Variabel Bebas ( $X_2$ ) : Persepsi Harga

Variabel Terikat ( $Y$ ) : Kepuasan Pelanggan

—————> : Arah Hubungan

#### D. Populasi dan Sampling

Populasi adalah “Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”<sup>53</sup>. Populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek – objek alam lainnya. Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek / subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik / sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu.

---

<sup>53</sup> *Ibid*, h. 119.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa-mahasiswi Program Studi Pendidikan Tata Niaga 2013 - 2016 di Universitas Negeri Jakarta yang puas berbelanja di Roti Pisang Bakar (Ropisbak Ghifari) atas dasar *survey* awal melalui wawancara dan observasi langsung pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta.

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”<sup>54</sup>. Sampel dalam penelitian ini diambil secara *purposive*. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik tertuju (*purposive sampling*). Sugiyono mengatakan bahwa, “*Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”<sup>55</sup>. Untuk penelitian ini sampel sumber datanya adalah mahasiswa yang puas pada Ropisbak Ghifari jalan Pemuda yang berjumlah 113 mahasiswa.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini meneliti tiga variabel, yaitu Lingkungan Fisik (variabel  $X_1$ ), Persepsi Harga (variabel  $X_2$ ) dan Kepuasan Pelanggan (variabel  $Y$ ). Adapun instrumen untuk mengukur ketiga variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

---

<sup>54</sup> *Ibid*, h. 120.

<sup>55</sup> *Ibid*, h. 126.

## 1. Kepuasan Pelanggan

### a. Definisi Konseptual

Kepuasan Pelanggan adalah tanggapan pelanggan demi terpenuhinya kebutuhan pribadi atas tercapainya harapan dengan produk tersebut bahkan mencapai lebih dari harapan pelanggan terhadap produk yang di konsumsi. Respon emosional merupakan hasil dari harapan konsumen baik berupa perasaan dan sikap konsumen terhadap barang/jasa serta perilaku konsumen yang timbul setelah mengkonsumsi / menggunakan produk barang / jasa tersebut.

### b. Definisi Operasional

Kepuasan Pelanggan dapat diukur dengan sepuluh dimensi. dimensi kepuasan pelanggan yang sesuai objek peneliti, yaitu dimensi yang pertama adalah ciri – ciri atau keistimewaan (*feature*) dengan indikator penyajian produk makanan dan minuman, dan rasa makanan dan minuman.

Dimensi kedua, yaitu tingkat pelayanan (*serviceability*) yang memiliki indikator meliputi kecepatan karyawan menyajikan produk dan kesigapan karyawan.

Dimensi ketiga, yaitu bukti langsung (*tangible*) memiliki indikator diantaranya gedung restoran. Dimensi keempat, yaitu estetika memiliki indikator aroma makanan, dan keindahan penyajian makanan.

### c. Kisi-kisi Instrumen Kepuasan Pelanggan

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III. 1.

**Tabel III. 1. Kisi-kisi Instrumen Kepuasan Pelanggan**

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Ciri – ciri atau keistimewaan ( <i>feature</i> )	Penyajian makanan dan minuman	1,2,3,4	5,6	2	1,3,4	5,6	1,2,3	4
	Rasa makanan dan minuman	7,8,9	10		7,8,9	10	6,7,8	9
Tingkat pelayanan	Kecepatan menyajikan produk	11,12	13		11,12	13	10,11	12
	Kesigapan karyawan	14,15,16,17,18	19,20,21		14,15,16,17,18	19,20,21	13,14,15,16,17	18,19,20
Bukti langsung ( <i>tangible</i> )	Gedung restoran	22,23,24	25	24	22,23	25	21,22	23

Estetika	Keindahan penyajian makanan	26,27	28		26,27	28	24,25	26
	Aroma makanan	29,30	31	30	29	31	27	28

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

**Tabel III. 2.**

**Skala Penilaian Instrumen Kepuasan Pelanggan**

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Puas (SP)	5	1
2.	Puas (P)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Puas (TP)	2	4
5.	Sangat Tidak Puas (STP)	1	5

**d. Validasi Instrumen Kepuasan Pelanggan**

Proses pengembangan instrumen kepuasan pelanggan dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel kepuasan pelanggan terlihat pada Tabel III.1 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan.



Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel kepuasan pelanggan sebagaimana tercantum pada Tabel III.1. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 orang mahasiswa Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran di Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad ^{56}$$

Dimana:

- $r_{it}$  = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen
- $x_i$  = Deviasi skor butir dari  $X_i$
- $x_t$  = Deviasi skor dari  $X_t$

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah  $r_{tabel} = 0,361$ . Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut

---

<sup>56</sup> Djaali dan Pudji Muljono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan*, (Jakarta: Grasindo, 2008), h. 86.

tidak digunakan atau harus di-*drop*. Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 4 halaman 120 ) dari 31 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 3 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 28 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]^{57}$$

Dimana:

- $r_{ii}$  = Reliabilitas instrumen
- $k$  = Banyak butir pernyataan (yang valid)
- $\sum si^2$  = Jumlah varians skor butir
- $st^2$  = Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n}^{58}$$

Dimana:

- $Si^2$  = Simpangan baku
- $n$  = Jumlah populasi
- $\sum Xi^2$  = Jumlah kuadrat data X

<sup>57</sup> *Ibid.*, h. 89.

<sup>58</sup> Sudjana, *Metoda Statistika*, (Bandung: PT. Tarsito, 2005), h. 94.

$\sum X_i$  = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil  $S_i^2 = 0,78$ ,  $S_t^2 = 216,51$  dan  $r_{ii}$  sebesar 0,949 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 8 halaman 124). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 28 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur kepuasan pelanggan.

## 2. Lingkungan Fisik

### a. Definisi Konseptual

Lingkungan fisik adalah suatu bukti fisik yang ditunjukkan kepada pelanggan yang merupakan pusat layanan pendukung yang mampu melaksanakan pelayanan yang baik dan mampu berinteraksi antara restoran dengan pelanggan baik melalui eksterior, interior dan *outlet* layanan yang mempengaruhi perilaku pelanggan.

### b. Definisi Operasional

Lingkungan fisik (*servicescape*) memiliki 3 dimensi, yaitu dimensi yang pertama adalah *ambient conditions* (kondisi sekitar) memiliki indikator pertama adalah suhu udara, indikator kedua adalah pencahayaan dan indikator ketiga yaitu suara.

Dimensi kedua adalah *Spasial Layout and Functionality* dengan indikator perlengkapan dan peralatan restoran dengan sub

indikator pertama yaitu penataan meja dan kursi, sub indikator kedua wifi, sub indikator ketiga stopkontak, dan sub indikator keempat kipas angin dan indikator kelima peralatan restoran.

Dimensi ketiga adalah *sign, symbol and artifacts* (tanda, simbol, artefak) dengan indikator, yaitu simbol restoran, papan nama restoran, dekorasi ruangan restoran.

### **c. Kisi-kisi Instrumen Lingkungan Fisik**

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel lingkungan fisik yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel lingkungan fisik. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III. 3.

**Tabel III. 3.**  
**Kisi-kisi Instrumen Lingkungan Fisik**

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
<i>Ambient Conditions</i>	Suhu udara		1,2	3		1,2	3	1,2	3
	Pencahayaan		4,5	6		4,5	6	4,5	6
	Suara		7,8	9		7,8	9	7,8	9
<i>Special layout and functionality</i>	Perlengkapan dan peralatan restoran	Penataan meja dan kursi	10,11	12		10,11	12	10,11	12
		Wifi	13,14	15		13,14	15	13,14	15
		Stopkontak	16,17	18	17	16	18	16	17
		Kipas angin	19,20	21		19,20	21	18,19	20
		Peralatan restoran	22,23,24	25	24	22,23	25	21,22	23
<i>Sign, symbol and artifacts</i>	Simbol restoran		26,27,28	29		26,27,28	29	24,25,26	27
	Papan nama restoran		30,31	32	31	30	32	28	29
	Dekorasi ruangan restoran		33,34	35		33,34	35	30,31	32

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut

diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

**Tabel III. 4.**

**Skala Penilaian Instrumen Lingkungan Fisik**

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

**d. Validasi Instrumen Lingkungan Fisik (*Servicescape*)**

Proses pengembangan instrumen lingkungan fisik dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel lingkungan fisik terlihat pada Tabel III.3 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel lingkungan fisik.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel lingkungan fisik sebagaimana tercantum pada Tabel III.4. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 orang mahasiswa Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran di

Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}}$$

Dimana:

- $r_{it}$  = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen
- $x_i$  = Deviasi skor butir dari  $X_i$
- $x_t$  = Deviasi skor dari  $X_t$

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah  $r_{tabel} = 0,361$ . Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*. Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 10 halaman 128) dari 35 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 3 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 32 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian

---

<sup>59</sup> Djaali dan Pudji Muljono, *loc. cit.*.

butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]^{60}$$

Dimana:

$r_{ii}$  = Reliabilitas instrumen  
 $k$  = Banyak butir pernyataan (yang valid)  
 $\sum si^2$  = Jumlah varians skor butir  
 $st^2$  = Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n}^{61}$$

Dimana:

$Si^2$  = Simpangan baku  
 $n$  = Jumlah populasi  
 $\sum Xi^2$  = Jumlah kuadrat data X  
 $\sum Xi$  = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil  $Si^2 = 0,18$ ,  $St^2 = 221,81$  dan  $r_{ii}$  sebesar 0,934 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 14 halaman 132 ). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 32 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur lingkungan fisik.

---

<sup>60</sup> *Ibid.*, h. 89.

<sup>61</sup> Sudjana, *loc. cit.*.



### **3. Persepsi Harga**

#### **a. Definisi Konseptual**

Persepsi harga adalah perlakuan / pendapat / respon individu dengan pemberian tanggapan berupa pendapat yang dirasakan individu terhadap harga produk yang dikonsumsi.

#### **b. Definisi Operasional**

Dalam harga terdapat beberapa dimensi. Dimensi pertama penetapan produk baru dengan indikator harga murah. Dimensi yang kedua kesesuaian harga dengan kualitas produk dengan indikator pertama tarif sesuai dengan kualitas produk. Indikator kedua adalah keterjangkauan harga dengan sub indikator tarif makanan dan minuman. Indikator ketiga harga bauran produk dengan sub indikator harga paket makanan dan minuman. Indikator keempat adalah penyesuaian harga dengan sub indikator diskon atau potongan harga.

#### **c. Kisi-kisi Instrumen Persepsi Harga**

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel persepsi harga yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel persepsi harga. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan

setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III. 5.

**Tabel III. 5.**  
**Kisi-kisi Instrumen Persepsi Harga**

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji		Drop	Butir Valid		Butir Uji Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Penetapan harga produk baru	Harga murah	-	1,2,3,4,5,6	7,8,9	6	1,2,3,4,5	7,8,9	1,2,3,4,5	6,7,8
Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Tarif sesuai dengan kualitas produk	-	10,11,12	13		10,11,12	13	9,10,11	12
	Keterjangkauan harga	Tarif makanan dan minuman	14,15,16	17		14,15,16	17	13,14,15	16
	Harga bauran produk	Harga paket makanan dan minuman	18,19,20,21	22	18	19,20,21	22	17,18,19	20
	Penyesuaian harga	Diskon atau potongan harga	23,24,25	26		23,24,25	26	21,22,23	24

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

Tabel III. 6.

## Skala Penilaian Instrumen Persepsi Harga

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

## d. Validasi Instrumen Persepsi Harga

Proses pengembangan instrumen persepsi harga dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel persepsi harga terlihat pada Tabel III.5 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel persepsi harga.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel persepsi harga sebagaimana tercantum pada Tabel III.5. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 orang mahasiswa Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran di Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad 62$$

Dimana:

- $r_{it}$  = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen
- $x_i$  = Deviasi skor butir dari  $X_i$
- $x_t$  = Deviasi skor dari  $X_t$

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah  $r_{tabel} = 0,361$ . Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*. Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 16 halaman 136) dari 26 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 2 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 24 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

---

<sup>62</sup> Djaali dan Pudji Muljono, *loc. cit.*.

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right] \quad 63$$

Dimana:

$r_{ii}$  = Reliabilitas instrumen  
 $k$  = Banyak butir pernyataan (yang valid)  
 $\sum si^2$  = Jumlah varians skor butir  
 $st^2$  = Varians skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n} \quad 64$$

Dimana:

$Si^2$  = Simpangan baku  
 $n$  = Jumlah populasi  
 $\sum Xi^2$  = Jumlah kuadrat data X  
 $\sum Xi$  = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil  $Si^2 = 0,58$ ,  $St^2 = 207,70$  dan  $r_{ii}$  sebesar 0,934 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 20 halaman 140). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 24 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur harga.

---

<sup>63</sup> *Ibid.*, h. 89.

<sup>64</sup> Sudjana, *loc. cit.*.

## F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan dengan uji regresi dan korelasi. Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

### 1. Uji Persyaratan Analisis

#### a. Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X

Sebelum data yang diperoleh dipakai dalam perhitungan, data tersebut diuji terlebih dahulu untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan uji *Liliefors*, pada taraf signifikan ( $\alpha$ ) = 0,05.

Dengan hipotesis statistik:

- 1)  $H_0$ : Galat Taksiran Regresi Y atas X berdistribusi normal.
- 2)  $H_1$ : Galat Taksiran Regresi Y atas X tidak berdistribusi normal.

Kriteria pengujian:

- 1) Terima  $H_0$  jika  $L_{hitung} < L_{tabel}$  berarti galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal.
- 2) Tolak  $H_0$  jika  $L_{hitung} > L_{tabel}$  berarti galat taksiran regresi Y atas X tidak berdistribusi normal.
- 3) Dalam penelitian ini variabel X yang dimaksud dalam prosedur di atas adalah  $(Y - \hat{Y})$ .

### b. Uji Linieritas Regresi

Pengujian linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan dengan taraf signifikansi 0,05. “Variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi kurang dari 0,05”<sup>65</sup>.

Sedangkan kriteria pengujian dengan uji statistik, yaitu:

- 1) Jika signifikansi > 0,05, maka Ho diterima artinya data tidak linier.
- 2) Jika signifikansi < 0,05, maka Ho ditolak artinya data linier.

## 2. Persamaan Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk mendefinisikan hubungan linier antara satu variabel *independent* dan satu variabel *dependent*. Hasil dari analisis korelasi hanya untuk mengetahui seberapa besar tingkat keeratan atau kekuatan hubungan linier antara variabel saja. Adapun perhitungan persamaan umum regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + bX_i \quad ^{66}$$

Keterangan:

---

<sup>65</sup> Kadir dan Djaali, *Statistika Terapan: Konsep, Contoh dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian*, (Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2015), h. 180.

<sup>66</sup> Sugiyono, *op.cit.*, h. 247.

- $\hat{Y}$  = variabel terikat  
 $X$  = variabel bebas  
 $a$  = konstanta (nilai  $Y$  apabila  $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$ )  
 $b$  = koefisien regresi variabel bebas

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji Signifikansi Parsial

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui hubungan signifikan lingkungan fisik ( $X_1$ ) dengan kepuasan pelanggan ( $Y$ ) dan hubungan persepsi harga ( $X_2$ ) dengan kepuasan pelanggan ( $Y$ ).

Hipotesis penelitiannya adalah sebagai berikut:

$$H_0 : b_1 = 0 \qquad H_1 : b_1 \neq 0$$

$$H_0 : b_2 = 0 \qquad H_1 : b_2 \neq 0$$

#### b. Perhitungan Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui seberapa jauh hubungan variabel  $X_1$  dengan variabel  $Y$  (besar kecilnya hubungan antara kedua variabel) dan variabel  $X_2$  dengan variabel  $Y$  (besar kecilnya hubungan antara kedua variabel), maka menghitung  $r_{xy}$  dapat menggunakan rumus *Product Moment* dan *Karl Pearson*, dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}}$$

---

<sup>67</sup> *Ibid.*, h. 241.



Dimana:

$r_{xy}$  = Tingkat keterkaitan hubungan

$\sum x$  = Jumlah skor dalam sebaran X

$\sum y$  = Jumlah skor dalam sebaran Y

### c. Uji t

Menurut Soepomo, “Uji-t digunakan sebagai alat analisis data, dapat dipakai untuk menguji satu sampel atau dua sampel”<sup>68</sup>. Pengujian hipotesis yang digunakan pada penelitian ini adalah uji koefisien regresi secara parsial (Uji-t) dengan menggunakan SPSS Versi 22.00. Pengujian ini digunakan untuk mengetahui hubungan signifikan lingkungan fisik (X1) dengan kepuasan pelanggan (Y) dan persepsi harga (X2) dengan kepuasan pelanggan (Y).

$t_{hitung}$  dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r_{xy}\sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Keterangan:

$t_{hitung}$  = Skor signifikan koefisien korelasi

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi *product moment*

n = banyaknya sampel/data

Selanjutnya, Sugiyono menambahkan, kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- 1) Jika probabilitas > 0,05 Ho diterima.
- 2) Jika probabilitas < 0,05 Ho ditolak<sup>70</sup>.

<sup>68</sup> Bambang Soepomo, *Statistik Terapan: Dalam Penelitian Ilmu-ilmu Sosial & Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), h. 134.

<sup>69</sup> Sugiyono, *op.cit.*, h. 243.

#### 4. Perhitungan Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $r^2$ ) merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketetapan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi. Dengan kata lain, koefisien determinasi menunjukkan kemampuan variabel X ( $X_1, X_2, \dots, X_k$ ), yang merupakan variabel bebas, menerangkan atau menjelaskan variabel Y yang merupakan variabel terikat. Semakin besar nilai koefisien determinasi, semakin baik kemampuan variabel X menerangkan atau menjelaskan variabel Y.

Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$KD = r_{xy}^2$$

Dimana :

KD = Koefisien determinasi

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi *product moment*

---

<sup>70</sup> *Ibid.*

<sup>71</sup> Sudjana, *op.cit.*, h. 370.