

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian.**

Objek penelitian ini adalah Restoran Bakso Bakwan Malang Cak Su Kumis (BBM CSK), yang bertempat di jalan Rawamangun muka nomor 14, Jakarta Timur. Penelitian ini berlangsung selama 9 bulan, yaitu dari bulan Januari 2011 sampai bulan September 2011.

##### **3.1.1 Sejarah Umum Perusahaan**

Restoran Bakso Bakwan Malang Cak Cu Kumis (BBM CSK) adalah sebuah restoran yang menawarkan jenis masakan Indonesia yaitu bakso yang telah lama dikenal dan disukai oleh banyak orang. Bakso bakwan ini dibuat dan diolah oleh saudara Cak Su Kumis sendiri yang merupakan resep keluarganya yang secara turun menurun diteruskan oleh Cak Su Kumis.

BBM CSK ini berawal dari sebuah warung tenda sederhana pada tahun 1990 yang berlokasi di sekitar Jalan Bojana Tirta Rawamangun, dengan seiring perkembangan dan bertambahnya konsumen, kini konsep restoran pun dijadikan sebagai pilihan dan kekuatan untuk tetap menjaga kesetiaan konsumen dengan merek dagang yang telah berdiri selama sebelas tahun ini

Pada tahun 2008 berdirilah restoran BBM CSK yang berlokasi di Jl. Rawamangun Muka no.14, Rawamangun Jakarta Timur. Jam buka restoran hari Senin sampai dengan hari Minggu pukul 9.30 - 21.30. Hingga saat ini,

BBM CSK telah memiliki beberapa cabang yang tersebar di beberapa lokasi di Jakarta dan Bekasi.

### **3.2 Metode Penelitian**

Desain penelitian ini adalah deskriptif dan kausal. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memberikan sebuah riwayat atau untuk menggambarkan aspek-aspek yang relevan dengan fenomena perhatian dari persepektif seseorang, organisasi, orientasi industri, atau lainnya Sekaran (2006:159). Sedangkan menurut horizon waktu penelitian, penelitian ini menggunakan *Cross Sectional* atau lebih tepatnya lagi *Single Cross Sectional* yaitu berupa pengumpulan data dari sampel tertentu yang hanya dilakukan satu kali atau dimana kegiatan pengumpulan data dilakukan dari satu responden untuk satu waktu saja, Malhotra (2009:93). Sedangkan desain kausal berguna untuk menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya, Umar (dalam Malhotra, 2009:105).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei digunakan untuk mendapatkan informasi berdasarkan pertanyaan langsung kepada responden. Survei digunakan ketika penelitian melibatkan jumlah sampel yang besar. Survei dapat dilakukan secara personal melalui telepon, surat, atau dengan media elektronik melalui komputer. Rentang topik yang dapat diselidiki pun tidak terbatas sehingga bisa didapatkan hasil yang bervariasi. Pertanyaan mengenai perilaku, sikap, keyakinan, kesadaran, motivasi, demografi, dan karakteristik gaya hidup

semua bisa di dapatkan melalui metode survei. Metode survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel, baik sosiologis maupun psikologis, Malhotra (2009:97).

### **3.3 Variabel Penelitian dan Pengukurannya**

#### **a. Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Penelitian ini menggunakan tiga variabel, yaitu:

-Variabel kualitas pelayanan, dengan dimensi:

1. Keandalan (*reliability*)
2. Daya Tanggap (*responsiveness*)
3. Kepastian (*assurance*)
4. Empati (*empathy*)
5. Berwujud (*tangibles*)

-Variabel Kepuasan Pelanggan, dengan dimensi:

1. *Attributes related to products*
2. *Attributes Related to services*
3. *Attributes related to purchase*

-Variabel Loyalitas Pelanggan, dengan dimensi

1. *Attitudinal approach*
2. *Behavioral approach*

## b. Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.1

Tabel Konseptual dan Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<b>Kualitas Pelayanan (X1)</b>	Kualitas Pelayanan ( <i>Service Quality</i> ) Menurut Parasuraman et al (dalam Zeithaml, 2009:33) Kualitas pelayanan adalah pengukuran kinerja dan kepuasan pelanggan suatu organisasi atau perusahaan.	a.Keandalan ( <i>Reliabilitty</i> )	1. Memberi solusi bagi kebutuhan pelanggan 2.Pelayanan yang diberikan tidak memakan waktu yang lama 3.Kemampuan dalam menjelaskan mengenai variasi jasa, produk dan harga 4. Ketepatan dalam jam buka restoran dan atau dalam melakukan pengiriman barang ke konsumen	Likert
		b.Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	1.Kesigapan karyawan dalam membantu konsumen memilih menu 2.Keluhan di tangani dengan cepat 3.Kemudahan proses pembayaran	Likert
		c.Kepastian ( <i>Assurance</i> )	1. Karyawan memiliki pengetahuan yang luas mengenai produk-produk yang ditawarkan 2.Karyawan selalu bersikap ramah	Likert
		d. <i>Empathy</i>	1. Kemampuan karyawan dalam memberikan rekomendasi produk makanan 2. Kepekaan terhadap yang diinginkan oleh pelanggan	Likert
		e. <i>Tangibles</i>	1.Kondisi restoran yang selalu bersih 2.Meja dan kursi di restoran memadai 3.Sarana pendukung memadai 4.Fasilitas restoran lengkap 5.Karyawan BBM CSK selalu berpakaian rapih	Likert
<b>Kepuasan Konsumen (X2)</b>	Kotler dan Keller (2012:70) Kepuasan adalah perasaan seseorang baik senang maupun kecewa yang merupakan hasil dari perbandingan antara kinerja suatu produk dengan harapan kinerja produk tersebut.	a. <i>Attributes related to products</i>	1. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 2. Kesesuaian manfaat produk 3. Keunggulan produk 4.Kesesuaian ukuran produk (porsi) 5. Keandalan dan kekonsistenan produk 6. Ketersediaan jenis variasi produk yang ditawarkan	Likert
		b. <i>Attributes related to services</i>	1. Ketepatan pelayanan 2.Kemampuan menangani keluhan pelanggan 3.Kepuasan akan kinerja karyawan restoran BBM CSK	Likert
		c. <i>Attributes related to purchases</i>	1. Kemampuan karyawan memahami konsumen dalam pelayanan 2. Karyawan berkomunikasi dengan baik kepada pelanggan 3.Kemudahan dalam mengakses informasi 4. Kemampuan karyawan dalam melayani konsumen	Likert

<b>Loyalitas Pelanggan (Y)</b>	Oliver (dalam Romi, 2005:32) loyalitas merupakan suatu komitmen yang dipegang kuat untuk membeli kembali ( <i>rebuy</i> ) atau loyalitas yang terus menerus pada suatu produk atau pelayanan yang lebih disukai secara konsisten di masa mendatang, yang menyebabkan pembelian berulang suatu merek atau kumpulan merek yang sama walaupun adanya pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran yang dapat menyebabkan perilaku mengganti ( <i>switching behavior</i> ) merek produk atau pelayanan.	a. <i>Attitudinal approach</i> (pendekatan sikap)	1. Kesediaan untuk tidak beralih ke restoran lain 2. Kesediaan untuk melakukan pembelian selanjutnya 3. Kesediaan untuk tetap memilih BBM CSK walaupun restoran lain lebih murah	Likert
		b. <i>Behavioral approach</i> (pendekatan perilaku)	1. BBM CSK selalu menjadi pilihan utama dalam pemilihan restoran bakso	Likert

Sumber: data diolah peneliti

### b. Skala Pengukuran

Setelah ditetapkan item-item dari variabel yang ada, maka langkah selanjutnya adalah mengadakan pengukuran atas variabel-variabel tersebut. Adapun pengukuran yang digunakan untuk mengukur tanggapan responden adalah dengan menggunakan *skala likert*. *Skala likert* adalah skala yang didasarkan atas penjumlahan sikap responden dalam merespon pertanyaan berkaitan indikator- indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur dalam hal ini responden diminta untuk menyatakan setuju atau tidak setuju terhadap setiap pernyataan, Malhotra (2009:115). Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, yaitu:

- Sangat setuju/ diberi skor (5)
- Setuju/ diberi skor (4)
- Cukup setuju/ diberi skor (3)
- Tidak setuju/ diberi skor (2)
- Sangat tidak setuju/ diberi skor (1)

### **3.4 Populasi dan Sampel**

Populasi adalah suatu kelompok atau kumpulan subjek atau objek yang akan dikenai generalisasi hasil penelitian. Sedangkan sampel adalah bagian dari populasi yang akan diteliti (Priyatno, 2008: 9). Populasi penelitian adalah konsumen dari restoran BBM CSK.

#### **3.4.1 Penentuan Jumlah Sampel Penelitian**

Berdasarkan hasil rata-rata penjualan retail perbulan sejumlah 300 porsi perbulannya (dapat dilihat pada tabel 1.6 halaman 7) jumlah sampel penelitian ini diambil dengan melihat posisi tabel Isaac dimana besarnya populasi sebesar 300 Maka besarnya sampel adalah: 161

**Tabel 3.2**  
**Penentuan Jumlah Sampel dari Populasi Tertentu Dengan Taraf**  
**Kesalahan 1%,5%,dan 10%**

N	S			N	S			N	S		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	155	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	321	248
20	19	19	19	300	207	161	143	4500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
75	67	62	59	550	301	213	182	30000	649	344	268
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	653	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	655	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1100	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1200	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1300	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1400	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1500	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1600	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1700	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1800	485	292	235	750000	663	348	270
230	171	139	125	1900	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	2000	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2200	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2400	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	663	348	271
								∞	664	349	272

Sumber: Sugiyono (2007:86) (diolah)

### 3.5 Prosedur Pengumpulan Data

Sumber data diperoleh dari dua sumber yang berbeda, yaitu:

#### 1. Data Primer

Adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung dari responden melalui pengisian kuesioner. Pada penelitian ini, sumber data lebih ditekankan pada penggunaan kuesioner yang dibagikan untuk dijawab responden.

#### 2. Data Sekunder

Adalah data yang diperoleh secara tidak langsung yang berupa data yang sudah diolah dalam bentuk naskah tertulis atau dokumen, antara lain sejarah perusahaan, data personalia, data penjualan, dan literatur yang berkaitan dengan topik bahasan Penelitian.

Sebelum disebarkan kepada responden penelitian, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap kuisisioner.

### 3.6 Metode Analisis

#### a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini bertujuan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif

## b. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) dengan variabel dependen ( $Y$ ), Duwi Priyatno (2010:61). Analisis ini digunakan untuk memprediksikan nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing –masing variabel independen berhubungan positif atau negatif.

Analisis regresi berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen (kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen) terhadap variabel dependen kesetiaan konsumen. Bentuk umum persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana :  $Y'$  = Kesetiaan Konsumen

$a$  = Konstanta

$X_1$  = kualitas pelayanan / *Service Quality*

$X_2$  = kepuasan konsumen / *Customer Satisfaction*

$b_1b_2$  = koefisien regresi

### 3.6.1 Uji Instrumen

Agar penelitian ini dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, maka perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas instrumen yang akan digunakan dalam pengumpulan data.

#### a. Uji Validitas

Validitas adalah tingkat kemampuan instrumen penelitian untuk mengungkapkan data sesuai dengan masalah yang hendak diungkapkan. Dengan kata lain, validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Menurut Sugiyono (2008:177) : “Cara yang digunakan adalah dengan analisa Item, dimana setiap nilai yang ada pada setiap butir pertanyaan dikorelasikan dengan total nilai seluruh butir pertanyaan untuk suatu variabel dengan menggunakan rumus korelasi *product moment*”. Syarat minimum untuk dianggap valid adalah nilai  $r$  hitung  $>$  dari nilai  $r$  tabel. Adapun perhitungan korelasi *product moment*, dengan rumus seperti yang dikemukakan oleh Priyatno (2008:18):

$$r_{ix} = \frac{n \sum iX - (\sum i)(\sum X)}{\sqrt{[n \sum i^2 - (\sum i)^2][n \sum X^2 - (\sum X)^2]}}$$

Dimana:

$r_{ix}$  = Koefisien korelasi item-total (*bivariate pearson*)

$n$  = Banyaknya subjek

$X$  = Skor total

$i$  = Skor item

### b. Uji Reliabilitas

Realibilitas atau keandalan adalah suatu pengukuran yang menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut tanpa bias (bebas kesalahan / *error free*) dan karena itu menjamin pengukuran yang konsisten lintas waktu dan lintas beragam item dalam instrumen, Sekaran (2006:40). Data yang sudah teruji realibilitasnya maka instrumen tersebut bila dipakai berkali-kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama.

Uji realibilitas biasanya menggunakan metode *Cronbach's Alpha Reliability*, Priyatno (2008:25).

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

Dimana :

$r_{ii}$  = reliabilitas instrumen

$k$  = jumlah *item* yang valid

$\sum S_i^2$  = jumlah varians *item*

$S_t^2$  = varians total

Menurut Nugroho, reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan memiliki reliabilitas yang baik jika memiliki nilai *Alpha Cronbach's* > dari 0,6 (dalam Sujianto, 2009:97).

### 3.6.2. Uji Asumsi Dasar

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, ataupun rasio, Priyatno (2008:28). Uji ini dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov- Smirnov yang tersedia dalam program SPSS. Data dinyatakan normal jika signifikansi lebih besar dari 5% atau 0.05, Priyatno (2008:28).

#### b. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*Linearity*) kurang dari 0,05, Priyatno (2008:36).

### 3.6.3 Uji Penyimpangan Asumsi Klasik

#### a. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas, yaitu adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model

regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas.

Dalam penelitian ini uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *inflation factor* (VIF) pada model regresi. Menurut Santoso dalam Duwi Priyatno (2008:39) jika VIF lebih besar dari 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya.

#### **b. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas menurut, Priyatno (2008:41) digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Pada penelitian ini akan dilakukan uji heteroskedastisitas dengan menggunakan Uji Park, yaitu meregresikan nilai residual ( $Ln\epsilon_i^2$ ) dengan variabel dependen ( $LnX_1$ ).

Hipotesis pengujian adalah sebagai berikut:

$H_0$  : tidak ada gejala heterokedastis.

$H_a$  : ada gejala heterokedastis.

Dengan kriteria pengujian adalah:

$H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak bila  $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$  berarti tidak terdapat heterokedastis

$H_a$  diterima sementara  $H_0$  ditolak bila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$  yang berarti terdapat heterokedastis.

### 3.6.4 Uji Hipotesis

#### a. Uji t

Menurut Priyatno (2008:63) uji signifikansi koefisien korelasi uji t digunakan untuk menguji apakah hubungan yang terjadi itu berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasi).

Rumus untuk mencari t hitung adalah (Priyatno, 2008:65):

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-3}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana:

$r$  = koefisien korelasi parsial

$n$  = jumlah data atau kasus

Dengan hipotesis pengujian:

$H_0$ : tidak ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat

$H_a$ : ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel bebas dengan variabel terikat

Kriteria Pengujian:

$H_0$  diterima jika  $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$

$H_0$  ditolak jika  $-t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$  atau  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$

$H_0$  diterima bila  $P \text{ value} > 0,05$

$H_0$  ditolak  $P \text{ value} < 0,05$

Membandingkan  $t_{\text{hitung}}$  dengan  $t_{\text{tabel}}$  pada  $\alpha = 0,05$ . Apabila hasil perhitungan menunjukkan:

1)  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Artinya variasi variabel bebas dapat menerangkan variabel tidak bebas (variabel terikat) dan terdapat pengaruh diantara kedua variabel yang diuji

2)  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

Artinya variasi variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel tidak bebas (variabel terikat) dan terdapat pengaruh antara dua variabel yang diuji

#### **b. Analisis Determinasi ( $R^2$ )**

Analisis ini digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variasi variabel bebas menjelaskan variasi variabel terikat, berada diantara 0 dan 1 yang artinya:

- a. Bila  $R^2 = +1$  artinya variasi variabel bebas mampu menjelaskan variasi variabel terikat sebesar 100% dan pendekatan yang dipakai sudah tepat
- b. Bila  $R^2 = 0$  artinya variasi variabel bebas tidak mampu menjelaskan variasi variabel terikat dan pendekatan yang digunakan tidak tepat.

Sedangkan untuk mendapatkan perhitungan determinasi digunakan rumus (Priyatno, 2008:80):

$$R^2 = \frac{(ryx_1)^2 + (ryx_2)^2 - 2(ryx_1)(ryx_2)(rx_1x_2)}{1 - (rx_1x_2)^2}$$

Dimana:

$R^2$  = koefisien determinasi

$ryx_1$  = korelasi sederhana (*product moment pearson*)  
antara  $X_1$  dengan Y

$ryx_2$  = korelasi sederhana (*product moment pearson*)  
antara  $X_2$  dengan Y

$rx_1x_2$  = korelasi sederhana (*product moment pearson*)  
antara  $X_1$  dengan  $X_2$