

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Tempat dan Waktu Penelitian**

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

Penelitian dilaksanakan di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta yang beralamat di Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220. Alasan peneliti memilih di tempat tersebut karena berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan di tempat tersebut, terdapat masalah mengenai kepuasan pelanggan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta di antaranya, yaitu kualitas produk yang buruk, kualitas pelayanan yang buruk dan citra merek yang kurang baik.

##### **2. Waktu Penelitian**

Waktu penelitian ini berlangsung selama empat bulan, yaitu dimulai dari bulan April 2019 sampai bulan Agustus 2019. Waktu tersebut merupakan waktu yang tepat untuk melaksanakan penelitian karena jadwal perkuliahan peneliti sudah tidak padat, sehingga akan mempermudah peneliti untuk mencurahkan perhatian dalam melakukan penelitian.

#### **B. Metode Penelitian**

##### **1. Metode**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Menurut Sugiyono (2013:11) pengertian metode survei adalah penelitian yang dilakukan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang

dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi dan hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

Alasan peneliti memilih metode survei karena metode survei dapat menggambarkan secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat serta karakter-karakter yang khas dari kasus atau kejadian suatu hal yang bersifat umum.

Lawrence dalam Sugiyono (2014:12) mengatakan bahwa *survey are quantitative beasth. The survey ask many people (call respondent) about their belief, opinions, characteristic and past or present behavior. Survey are appropriate for research questions about self reported belief of behavior.* Artinya, penelitian survei adalah penelitian kuantitatif. Dalam penelitian survei, peneliti menanyakan ke beberapa orang (yang disebut dengan responden) tentang keyakinan, pendapat, karakteristik suatu objek dan perilaku yang telah lalu atau sekarang. Penelitian survei berkenaan dengan pertanyaan tentang keyakinan dan perilaku dirinya sendiri.

Sedangkan, pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan korelasional. Adapun alasan memilih pendekatan korelasional adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan variabel X terhadap variabel Y. Jika terdapat hubungan, seberapa erat hubungan dan seberapa berarti hubungan tersebut. Dengan pendekatan korelasi dapat diketahui hubungan variabel bebas (kualitas produk) yang diberi simbol  $X_1$  dengan variabel terikat (kepuasan pelanggan) yang diberi simbol Y sebagai

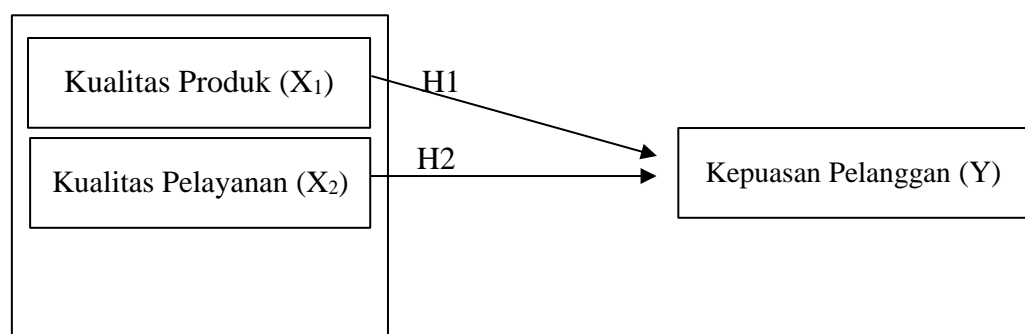
variabel yang berhubungan, hubungan variabel bebas (kualitas pelayanan) yang diberi simbol  $X_2$  dengan variabel terikat (kepuasan pelanggan) yang diberi simbol  $Y$  sebagai variabel yang berhubungan dan hubungan variabel bebas (citra merek) yang diberi simbol  $X_3$  dengan variabel terikat (kepuasan pelanggan) yang diberi simbol  $Y$  sebagai variabel yang berhubungan.

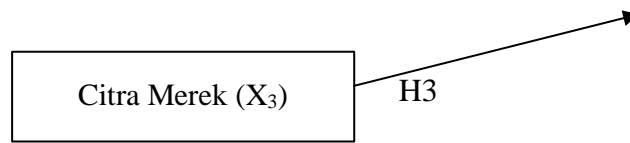
## 2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel

Berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan bahwa

1. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan.
2. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.
3. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara citra merek dengan kepuasan pelanggan.

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





**Gambar III 6. Konstelasi X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub> dan X<sub>3</sub> (Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek) dengan Y (Kepuasan Pelanggan)**

Keterangan:

Variabel Bebas (X<sub>1</sub>) : Kualitas Produk

Variabel Bebas (X<sub>2</sub>) : Kualitas Pelayanan

Variabel Bebas (X<sub>3</sub>) : Citra Merek

Variabel Terikat (Y) : Kepuasan Pelanggan

—————> : Arah Hubungan

### C. 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 dijelaskan Sugiyono (2014:119).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Hal ini didasarkan bahwa setelah melakukan survei awal melalui angket yang distribusikan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, terdapat pelanggan yang puas terhadap KFC Arion Mall.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini diambil secara *purposive*.

Sugiyono mengatakan bahwa *sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2014:210)

Untuk penelitian ini, sampelnya adalah mahasiswa yang puas sebagai pelanggan di toko KFC Arion Mall di Jakarta berjumlah 151 mahasiswa yang berasal dari mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini meneliti tiga variabel, yaitu kualitas produk (variabel  $X_1$ ), kualitas pelayanan (variabel  $X_2$ ), citra merek (variabel  $X_3$ ) dan kepuasan pelanggan (variabel  $Y$ ). Adapun instrumen untuk mengukur ketiga variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

##### **1. Kepuasan Pelanggan (Variabel Y)**

###### **a. Definisi Konseptual Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang yang timbul setelah mengevaluasi pengalaman pemakaian produk.

###### **b. Definisi Operasional Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan empat indikator. Indikator pertama, yaitu membeli lebih banyak produk, dengan indikator kedua, yaitu kesesuaian harapan, dengan indikator yang ketiga, yaitu tidak banyak memberi perhatian pada merek pesaing dan indikator keempat, yaitu kebutuhan.

###### **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 variable 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 3. Kisi-kisi Instrumen Kepuasan Pelanggan**

Indikator	Butir Uji Coba		Drop	Butir Uji Coba		Butir Uji Coba	
	(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Membeli Lebih Banyak Produk	2, 11, 15	9,10		2, 11, 15	9,10	2, 10, 14	8, 9
Kesesuaian Harapan	5,6,8	14		5,6,8	14	4, 5, 7	13
Tidak Banyak Memberi Perhatian pada Merek Pesaing	1, 7, 13	16		1, 7, 13	16	1, 6, 12	15
Kebutuhan	3, 4, 12		3	4, 12		3, 11	

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 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

Sumber : (Sujarweni, 2015)

#### 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. 2. 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 mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

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  $X_t$

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. Menurut Maolani (2010: 145) uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

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

Dimana:

$r_{ii}$  = Reliabilitas instrumen

$k$  = Banyak butir pernyataan valid

$\sum s_i^2$  = Jumlah varians skor butir

$st^2$  = Varian skor total

Menurut Sudjana (2013:94), Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$S_i^2 = \frac{\sum xi^2 - \frac{(\sum xi)^2}{n}}{n}$$

Dimana:

$S_i^2$  = Simpangan baku

$n$  = Jumlah populasi

$\sum Xi^2$  = Jumlah kuadrat data X

$\sum Xi$  = Jumlah data

Berdasarkan rumus tersebut, reliabilitas terhadap butir-butir pernyataan yang telah dinyatakan valid kemudian dihitung sehingga memperoleh hasil  $r_{ii}$  yaitu sebesar 0,850 Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori (0,800.-1,000) sehingga



instrument dinyatakan memiliki reliabilitas yang tinggi. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa instrument yang berjumlah 15 butir pernyataan ini yang akan digunakan sebagai instrument final untuk mengukur variable Y yaitu kepuasan pelanggan.

## **2. Kualitas Produk (Variabel X<sub>1</sub>)**

### **a. Definisi Konseptual Kualitas Produk**

Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil yang memenuhi kebutuhan pelanggan.

### **b. Definisi Operasional Kualitas Produk**

Kualitas produk dapat diukur dengan empat dimensi. Dimensi pertama, yaitu *serviceability* (kemampuan pelayanan) dengan indikator kecepatan. Dimensi kedua adalah *performance* (kinerja), dengan indikator karakteristik inti. Dimensi ketiga, yaitu *aesthetic* (estetika) dengan indikator pertama, yaitu kemasan produk, indikator kedua, yaitu rasa produk. Dimensi keempat adalah *conformance* (kesesuaian) dengan indikator kesesuaian produk.

### **1. Kisi-Kisi Instrumen Kualitas Produk**

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas produk yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas produk. 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 5. Kisi-kisi Instrumen Kualitas Produk**

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
<i>Serviceability</i> (Kemampuan Pelayanan)	Kecepatan	4, 9, 11, 13	3		4, 9, 11, 13	3	3, 8, 10, 12	2
<i>Performance</i> (Kinerja)	Karakteristik Inti	7			7		6	
<i>Aesthetics</i> (Estetika)	Kemasan Produk	8	2	2	8		7	
	Rasa Produk	1, 6, 12,			1, 6, 12,		1, 5, 11,	
<i>Conformance</i> (Kesesuaian)	Kesesuaian Produk	5, 10	14		5, 10	14	4, 9	13

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 Kualitas Produk**

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
----	---------------------------	---	---

Sumber : (Sujarweni, 2015)

#### d. Validasi Instrumen Kualitas Produk

Proses pengembangan instrumen kualitas produk dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel kualitas produk terlihat pada tabel III. 6. yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel kualitas produk.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel kualitas pelayanan sebagaimana tercantum pada tabel III. 5. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

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:

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

Dimana:

$r_{it}$  = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen

$x_i$  = Deviasi skor butir dari Xi  
 $x_t$  = Deviasi skor dari Xt

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. Menurut Maolani (2010: 145) uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

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

Dimana:

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

Menurut Sudjana (2013:94), Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

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

Berdasarkan rumus tersebut, reliabilitas terhadap butir-butir pernyataan yang telah dinyatakan valid kemudian dihitung sehingga memperoleh hasil  $r_{ii}$  yaitu sebesar 0,8109 Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori (0,800-1,000) sehingga

instrument dinyatakan memiliki reliabilitas yang tinggi. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa instrument yang berjumlah 13 butir pernyataan ini yang akan digunakan sebagai instrument final untuk mengukur variable  $X_1$  yaitu kualitas produk.

### **3. Kualitas Pelayanan (Variabel $X_2$ )**

#### **a. Definisi Konseptual Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan adalah suatu ukuran perbuatan atau aktivitas kerja yang dilakukan perusahaan untuk menyediakan dan melayani segala kebutuhan konsumen yang dapat memuaskan dan menguntungkan bagi konsumen.

#### **b. Definisi Operasional Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan dapat diukur dengan beberapa dimensi. Dimensi pertama adalah keandalan (*reliability*) dengan indikator pertama, yaitu menyediakan pelayanan sesuai yang dijanjikan dan indikator kedua, yaitu ketepatan. Dimensi kedua adalah daya tanggap (*responsiveness*) dengan indikator pertama, yaitu menolong dan indikator kedua, yaitu kecepatan. Dimensi ketiga adalah empati (*emphaty*) dengan indikator pertama berupa pemahaman pegawai dan indikator kedua berupa perhatian. Dimensi keempat adalah bukti fisik (*tangibles*) dengan indikator pertama berupa perlengkapan.

#### **c. Kisi-Kisi Instrumen Kualitas Pelayanan**

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel *website*

*quality* yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan. 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 7. Kisi-kisi Instrumen Kualitas Pelayanan**

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Keandalan ( <i>Reliability</i> )	Menyediakan pelayanan sesuai yang dijanjikan	1, 14			1, 14		1, 13	
	Ketepatan	3, 5, 13			3, 5, 13		2, 4, 12	
Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	Menolong	11,	2	2	11,		10,	
	Kecepatan	6	9		6	9	5	8
Empati ( <i>Emphaty</i> )	Pemahaman pegawai	8,10			8		7, 9	
	Perhatian	16			16		15	
Bukti fisik ( <i>Tangibles</i> )	Perlengkapan	4, 12	7, 15		4, 10, 12	7, 15	3, ,11	6, 14

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 8. Skala Penilaian Instrumen Kualitas Pelayanan**

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

Sumber : (Sujarweni, 2015)

#### d. Validasi Instrumen Kualitas Pelayanan

Proses pengembangan instrumen kualitas pelayanan dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel kualitas pelayanan terlihat pada tabel III. 6. yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel kualitas pelayanan.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel kualitas pelayanan sebagaimana tercantum pada tabel III. 5. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

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  $X_t$

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. Menurut Maolani (2010: 145) uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

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

Dimana:

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

Menurut Sudjana (2013:94), Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$S_i^2 = \frac{\sum x_i^2 - \frac{(\sum x_i)^2}{n}}{n}$$

Dimana:

$S_i^2$  = Simpangan baku  
 $n$  = Jumlah populasi  
 $\sum X_i^2$  = Jumlah kuadrat data X



$\sum X_i$  = Jumlah data

Berdasarkan rumus tersebut, reliabilitas terhadap butir-butir pernyataan yang telah dinyatakan valid kemudian dihitung sehingga memperoleh hasil rii yaitu sebesar 0,839 Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori (0,800-1,000) sehingga instrument dinyatakan memiliki reliabilitas yang tinggi. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa instrument yang berjumlah 15 butir pernyataan ini yang akan digunakan sebagai instrument final untuk mengukur variable  $X_2$  yaitu kualitas pelayanan.

#### **4. Citra Merek (Variabel $X_3$ )**

##### **a. Definisi Konseptual Citra Merek**

Citra merek merupakan gambaran keseluruhan mengenai sebuah merek dari pelanggan.

##### **b. Definisi Operasional Citra Merek**

Citra merek dapat diukur dengan dua dimensi, yaitu dimensi pertama adalah asosiasi merek, dengan indikator pertama, yaitu atribut produk, dengan sub indikator harga. Indikator kedua, yaitu keuntungan, dengan sub indikator pertama, yaitu fungsional, sub indikator kedua, yaitu simbol dan sub indikator ketiga, yaitu pengalaman. Dimensi kedua citra merek adalah keunggulan dengan indikator pertama, yaitu pelopor restoran cepat saji dan indikator kedua, yaitu merek terkenal.

##### **c. Kisi-Kisi Instrumen Citra Merek**

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel *website quaity* yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel citra merek. 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. 7.

**Tabel III 9. Kisi-kisi Instrumen Citra Merek**

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	Butir Uji Valid		Butir Uji Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Asosiasi Merek	Atribut Produk	Harga	6, 10, 1			6, 10, 1		5, 9, 1	
	Keuntungan	Fungsional	3, 4	2	2	3, 4		2, 3	
		Simbol	7	13		7	13	6	11
		Pengalaman	5	11	11	5		4	
Keunggulan	Pelopor Restoran Cepat Saji	-	14	9		14	9	12	8
	Merek Terkenal	-	12, 8			12, 8		10, 7	

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 10. Skala Penilaian Instrumen Citra Merek**

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

Sumber : (Sujarweni, 2015)

#### d. Validasi Instrumen Citra Merek

Proses pengembangan instrumen citra merek dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel citra merek terlihat pada tabel III. 8. yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel citra merek.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel citra merek sebagaimana tercantum pada tabel III. 7. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

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  $X_t$

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. Menurut Maolani (2010: 145) uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

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

Dimana:

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

Menurut Sudjana (2013:94), Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$S_i^2 = \frac{\sum x_i^2 - \frac{(\sum x_i)^2}{n}}{n}$$

Dimana:

$S_i^2$  = Simpangan baku  
 $n$  = Jumlah populasi  
 $\sum X_i^2$  = Jumlah kuadrat data X  
 $\sum X_i$  = Jumlah data

Berdasarkan rumus tersebut, reliabilitas terhadap butir-butir pernyataan yang telah dinyatakan valid kemudian dihitung sehingga memperoleh hasil rii yaitu sebesar 0,8012 Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori (0,800-1,000) sehingga instrument dinyatakan memiliki reliabilitas yang tinggi. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa instrument yang berjumlah 12 butir pernyataan ini yang akan digunakan sebagai instrument final untuk mengukur variable  $X_3$  yaitu citra merek.

## **E. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data dilakukan dengan uji regresi dan korelasi dengan langkah-langkah sebagai berikut:

### **1. Uji Persyaratan Analisis**

#### **a. Uji Normalitas**

Apabila sudah memperoleh data, data tersebut di uji terlebih dahulu untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan uji *Kolmogorov Smirnov* dan *Normal Probability Plot*.

Kriteria pengambilan keputusan dengan uji statistik *Kolmogorov Smirnov*, yaitu:

- 1) Jika signifikansi  $> 0,05$  maka data berdistribusi normal
- 2) Jika signifikansi  $< 0,05$  maka data tidak berdistribusi normal

Sedangkan kriteria pengambilan keputusan dengan analisis gambar (*Normal Probability Plot*), yaitu:

- 1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

#### **b. Uji Linearitas Regresi**

Menurut Nurgiyantoro *et.al* (2017: 404), linearitas adalah hubungan yang linear antar variabel, artinya setiap ada perubahan dengan pada satu variabel akan diikuti oleh perubahan dengan besaran sejajar pada variabel lainnya.

Hipotesis penelitiannya adalah:

- 1)  $H_0$ : artinya data tidak linear
- 2)  $H_a$ : artinya data linear

Sedangkan kriteria pengujian dengan uji statistik, yaitu:

- 1) Jika signifikansi  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima artinya data tidak linear.
- 2) Jika signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak artinya data linear.

## **2. Persamaan Regresi Sederhana**

Regresi linier sederhana dimasukkan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel *independent (explanatory)* terhadap satu variabel dependen. Adapun perhitungan persamaan umum regresi linier seerhana menurut Menurut Nirmala dan Janie (2012: 13) dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1$$

Keterangan:

$\hat{Y}$  = variabel terikat (kepuasan pelanggan)  
 $a$  = konstanta (nilai  $Y$  apabila  $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$ )  
 $b_1$  = koefisien regresi variabel bebas pertama,  $X_1$   
 $X_1$  = variabel bebas pertama

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Menurut Kuncoro (2011: 105) bahwa, uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Hipotesis nol ( $H_0$ ) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter ( $b_i$ ) dalam model sama dengan nol, yang berarti apakah semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap dependen, atau menurut Kuncoro (2011: 106):

$$H_0 : b_i = 0$$

Hipotesis alternatifnya ( $H_a$ ) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau:

$$H_a : b_i \neq 0$$

Kriteria pengambilan keputusan hasil analisis adalah sebagai berikut:

- 1)  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima apabila  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel atau nilai probabilitas signifikan  $<$  0,05.
- 2)  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak apabila  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel atau nilai probabilitas signifikan  $<$  0,05.

#### **4. Analisis Korelasi Sederhana**

Analisis korelasi sederhana dilakukan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) terhadap variabel dependen secara parsial. Analisis korelasi sederhana ini dilakukan dengan menggunakan *software IBM SPSS Statistics* versi 24.

#### **5. Perhitungan Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) merupakan ukuran untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependent dalam suatu persamaan regresi. Perhitungan koefisien determinasi dilakukan dengan menggunakan *software IBM SPSS Statistics* versi 24.