



BAB III

METODE PENELITIAN

C Hak cipta milik IBI BIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Obyek Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah konsumen Carl's Jr, karena hanya konsumen Carl's Jr yang dapat menilai tentang produk dan pelayanan dari Carl's Jr.

B. Desain Penelitian

Menurut Rangkuti (2013) desain penelitian adalah kerangka atau framework untuk mengadakan penelitian (Misalnya : *marketing research project*). Di dalamnya terdapat penjelasan terperinci mengenai tipe desain riset yang memuat prosedur yang sangat dibutuhkan dalam upaya memperoleh informasi serta mengolahnya dalam rangka memecahkan masalah.

Tipe desain penelitian ini berhubungan dengan tingkat analisis yang direncanakan oleh peneliti terhadap data yang dikumpulkan:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif karena penelitian ini untuk mengetahui / meneliti tentang persepsi konsumen terhadap suatu produk tertentu, mengetahui pengaruh antar variabel Rangkuti (2013). Adapun penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu kurang dari satu tahun, oleh karena itu metode pengembangan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBI BIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI BIKKG.



yang digunakan adalah *cross sectional* yaitu “metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam suatu kurun waktu tertentu atau tidak berkesinambungan dalam jangka waktu yang panjang” menurut Husein Umar (2002)

2. Metode

Metode penelitian ini menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesoner kepada konsumen.

3. Informasi yang ingin diperoleh

Informasi yang ingin di dapat dari penelitian adalah penilaian konsumen tentang kualitas layanan, kualitas produk, harga jual produk Carl’s Jr, apakah itu semua berpengaruh terhadap kepuasan mereka atau tidak.

4. Dimensi Waktu

Jenis dimensi waktu yang digunakan adalah *cross-sectional*. Menurut Rangkuti (2013) *cross – sectional* adalah kegiatan riset yang dilakukan pada satu saat tertentu. Penelitian ini mirip dengan kegiatan memotret suatu objek. Jadi fakta yang dapat digambarkan merupakan kegiatan pada saat tertentu. Selanjutnya berdasarkan fakta tersebut dilakukan penyimpulan mengenai masalah – masalah penelitian yang ingin dibuktikan atau cari hubungannya.

5. Kapan penelitian dilakukan

Penelitian ini tidak ada batasan yang terlalu banyak, penelitian dilakukan setelah konsumen melakukan pembelian dan sudah selesai mengkonsumsinya, atau bisa juga untuk konsumen yang sudah agak lama melakukan pembelian terakhirnya.

6. Dimana penelitian dilakukan

Penelitian dapat dilakukan dimana saja, misalkan langsung di tempat Carl’s Jr dengan menyebarkan kuesoner kepada konsumen, di lingkungan kampus dengan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBI RKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI RKG.



survey langsung dan memberikan kuesoner untuk mahasiswa yang pernah mengonsumsi Carl's Jr, dan di lingkungan sekitar Kelapa Gading, Sunter, Bekasi.

7. Pengaruh responden

Responden sangat berpengaruh terhadap hasil penelitian, sikap responden yang akan diteliti harus dalam kondisi yang normal dan tidak ada hal yang janggal dari responden.

8. Variabel penelitian

Tujuan definisi operasional dalam penelitian pada dasarnya untuk memberikan pemahaman dan pengukuran terhadap konsep. Definisi operasional akan selalu menjadi definisi yang digunakan untuk mengembangkan hubungan-hubungan yang dikemukakan dalam hipotesis dan teori.

1. Variabel Penelitian

Variabel – variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah Kualitas layanan Carl's Jr, Kualitas produk Carl's Jr, Harga jual produk Carl's Jr dan Kepuasan Konsumen Carl's Jr.

2. Variable dependennya

Variabel dependennya (yang di pengaruhi adalah) Kepuasan konsumen Carl's Jr sedangkan variable independennya (yang mempengaruhi) adalah Kualitas layanan, kualitas produk, dan harga jual produk.



3. Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variable dependen dan independen. Variabel dependen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen adalah variabel yang dipengaruhi atau akibat, karena adanya variabel bebas. Kedua variabel tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

a. Variabel yang menjadi pengaruh (*independent variable*)

(1) Kualitas layanan

Lewis dan Booms (1983) dalam Tjiptono dan Chandra (2016) mendefinisikan kualitas layanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai ekspektasi pelanggan.

Dalam riset Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1998) dalam Tjiptono dan Chandra (2016) ada 5 dimensi utama yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut:

(a) Reabilitas (*Reability*)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.

(b) Daya tanggap (*Responsiveness*)

Kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

(c) Jaminan (*Assurance*)

Perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya.

(d) Empati (*Emphaty*)

Perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

(e) Bukti fisik (*Tangibles*)

Berkenaan dengan daya tarik fisik, perlengkapan yang digunakan perusahaan serta penampilan karyawan.

Tabel 3.1. Dimensi dan indikator kualitas layanan

Variable	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas layanan	Reabilitas (Reability)	1.Karyawan Carl’s Jr selalu memberikan pelayanan dengan ramah . 2. Karyawan Carl’s Jr selalu memberikan pelayanan dengan sopan.	interval
	Daya tanggap (Responsiveness)	1.Karyawan Carl’s Jr selalu memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap 2.Karyawan Carl’s Jr selalu merespon semua kebutuhan konsumen dengan cepat dan sesuai.	interval



Tabel 3.1. Dimensi dan indikator kualitas layanan

Variable	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas layanan	Jaminan (Assurance)	1. Carl's Jr memberikan jaminan pelayanan yang baik dan sesuai 2. Carl's Jr memberikan jaminan keamanan dan kenyamanan.	interval
	Empati (Emphaty)	1. Carl's Jr selalu memperhatikan konsumen dengan selalu mendengar kritik dan saran konsumen 2. Carl's Jr selalu bertanggung jawab terhadap kesalahan yang dibuat terhadap.	interval
	Bukti fisik (Tangibles)	1. Carl's Jr mempunyai tampilan menu yang mudah dimengerti. 1. Carl's Jr mempunyai tempat yang menarik dan nyaman.	interval

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(2) Kualitas Produk

Menurut Hasan (2014 : 99) memasarkan produk adalah deals bauran rancangan produk, pricing, place, promotion, packaging dan positioning yang ditawarkan kepada prospek, dan pelanggan.

Menurut Kotler (2010: 361) kualitas produk dapat dimasukkan ke dalam 9 dimensi, yaitu :

(a) Bentuk (*Form*)

produk dapat dibedakan secara jelas dengan yang lainnya berdasarkan bentuk, ukuran, atau struktur fisik produk.

(b) Ciri-ciri produk (*Features*)

karakteristik sekunder atau pelengkap yang berguna untuk menambah fungsi dasar yang berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya.

(c) Kinerja (*Performance*)

berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut.

(d) Ketepatan/kesesuaian (*Conformance*)

Berkaitan dengan tingkat kesesuaian dengan spesifikasi yang ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan. Kesesuaian merefleksikan derajat ketepatan antara karakteristik desain produk dengan karakteristik kualitas standar yang telah ditetapkan.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(e) Ketahanan (*durability*)

Berkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat digunakan.

(f) Keandalan (*reliability*)

Berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula.

(g) Kemudahan perbaikan (*repairability*)

Berkaitan dengan kemudahan perbaikan atas produk jika rusak. Idealnya produk akan mudah diperbaiki sendiri oleh pengguna jika rusak.

(h) Gaya (*Style*)

Penampilan produk dan kesan konsumen terhadap produk.

(i) Desain (*design*)

Keseluruhan keistimewaan produk yang akan mempengaruhi penampilan dan fungsi produk terhadap keinginan konsumen.

Dari 9 dimensi diatas yang dapat dimensi dijadikan alat ukur untuk Carl's Jr adalah Bentuk, Ciri Ciri produk, Ketepatan, Keandalan, Gaya /style.

Tabel 3.2. Dimensi dan indikator kualitas produk

Variable	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Produk	Bentuk (Form)	1.Produk Carl's Jr memiliki bentuk / tampilan yang menarik. 2.Produk Carl's Jr memiliki bentuk yang unik.	interval

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.2. Dimensi dan indikator kualitas produk

Variable	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Produk Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie	Ciri Ciri Produk (features)	1.produk Carl's Jr bervariasi. 2.Produk carl's Jr lebih lengkap di banding pesaingnya	interval
	Ketepatan	1. Carls Jr memiliki produk yang sesuai dengan tampilan menu. 2.Produk Carl's Jr memenuhi ekspektasi pelanggannya.	interval
	Kehandalan	1.Carl's Jr mempunyai produk yang lebih baik dari pesaingnya 2.Tempat dan fasilitas Carl's Jr lebih baik dari pesaingnya.	interval
	Gaya (Style)	1.Carl's Jr memiliki kemasan produk yang unik. 1.Carl's Jr mempunyai desain tempat yang unik.	interval

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(3) Harga Jual Produk

Menurut Hasan (2014: 521) bagi konsumen harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk. Bagi perusahaan penetapan harga merupakan cara untuk membedakan penawarannya dari para pesaing.

Menurut Hasan (2014: 535) ada beberapa indikator yang harus diperhatikan dalam menentukan harga:

- (a) Apakah harga sudah sesuai dengan manfaat
- (b) Apakah harga jual produk sudah disesuaikan dengan pesaing
- (c) Apakah biaya yang dikeluarkan perusahaan sudah sesuai dengan harga jual

Indikator yang mencirikan harga produk dalam penelitian Rosvita Dua Lembang (2010) yang di ambil dari Stanton (1998) :

- (a) Keterjangkauan harga
- (b) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- (c) Daya saing harga
- (d) Kesesuaian harga dengan manfaat

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.3. Dimensi dan indikator harga produk

Variable	Dimensi	Indikator	Skala
1. Harga Produk Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	Sesuai dengan manfaat	1. Carl's Jr memberikan harga sesuai dengan manfaat. 2. Konsumen tidak terbebani dengan harga produk Carl's Jr karena sesuai.	interval
	Disesuaikan dengan Pesaing	1. Harga produk Carl's Jr dapat bersaing dengan pesaingnya. 2. Harga produk Carl's Jr lebih murah dibanding dengan pesaingnya.	interval
	Kesesuaian dengan Kualitas Produk	1. Carl's Jr memberikan harga yang sesuai dengan komposisi bahan bakunya. 2. Carl's Jr memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produknya.	interval

©

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



b. Variabel yang menjadi pengaruh (*independent variable*)

(1) Kepuasan Pelanggan

Menurut Ranguti (2003 : 30) faktor faktor yang menjadi indikator dalam pembedakan kepuasan pelanggan adalah:

(a) Kinerja Pelayanan (Service Performance).

Kualitas layanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi ini, kualitas jasa bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Jika layanan sesuai dengan harapan atau ekspektasi pelanggan, maka pelanggan akan puas, sebaliknya jika layanan tidak sesuai dengan harapan atau ekspektasi pelanggan maka konsumen tidak puas

(b) Kualitas produk

Konsep dasar produk adalah segala sesuatu yang bernilai dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan. Kualitas barang yang diberikan bersama-sama dengan pelayanan akan mempengaruhi persepsi konsumen terhadap pelayanan yang ia terima. Semakin baik kualitas barang akan meningkatkan kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang ia terima. Sebaliknya barang yang kurang berkualitas akan merusak kepuasan konsumen secara keseluruhan.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(c) Harga

harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk. Bagi perusahaan penetapan harga merupakan cara untuk membedakan penawarannya dari para pesaing. Ada kecenderungan bagi konsumen untuk mengugguakan harga sebagai dasar menduga kualitas barang. maka konsumen biasanya cenderung bersaksi harga yang lebih tinggi mewakili kualitas yang tinggi.

Tabel 3.4. Dimensi dan indikator kepuasan konsumen

Variable	Dimensi	Indikator	Skala
Kepuasan Konsumen	Kinerja Pelayanan	1. Carl's Jr selalu memberikan pelayanan yang baik sehingga konsumen puas 2. Karyawan Carl's Jr selalu memberikan layanan yang cepat dan tanggap sehingga konsumen puas.	Interval
	Kualitas Produk	1. Kualitas produk Carl's Jr sangat baik sehingga konsumen puas 2. Produk Carl's Jr sesuai dengan ekspektasi konsumen sehingga konsumen puas.	Interval

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.4. Dimensi dan indikator kepuasan konsumen

Variable	Dimensi	Indikator	Skala
Kepuasan Konsumen	Harga	1.Harga produk Carl's Jr terjangkau sehingga konsumen Carl's Jr puas. 2.Harga produk Carl's Jr sebanding dengan apa yang di dapat konsumen sehingga konsumen puas.	Interval

C. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu diambil langsung dari sumbernya yaitu dengan menyebarkan kuesioner. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden dengan panduan kuesioner. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan pertanyaan tertutup. dan peneliti juga menggunakan studi pustaka untuk sumber data. Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca buku-buku, literatur, jurnal-jurnal, referensi yang berkaitan dengan penelitian ini dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Dan Peneliti juga melakukan wawancara langsung terhadap subjek penelitian.

1. Diarangi menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



D. Teknik Pengambilan Sample

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Peneliti akan menggunakan metode *Non Probability Sampling* yaitu sistem pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Hal ini dikarenakan tidak diketahui secara pasti berapa jumlah pelanggan Carl's Junior di Kelapa Gading dan Harapan Indah. Sedangkan cara pengambilan sampel yang digunakan adalah menggunakan *Judgement Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan karakteristik dan tujuan tertentu yaitu harus konsumen Carl's Jr karena hanya konsumen Carl's Jr yang dapat menilai. Jumlah responden yang di ambil adalah 100 responden

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

E. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu koesioner. Suatu koesioner dikatakan valid jika pertanyaannya pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi, validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah kita buat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak diukur. Uji Validitas dapat diketahui dengan melihat r hitung dan r tabel ($n - 2$) Apabila nilai t hitung $> t$ table (0.361), maka valid Apabila nilai t hitung $< t$ table (0.361), maka tidak valid Rumus yang diperlukan:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (N \sum Y)^2\}}}$$

X = skor yang diperoleh subyek dari seluruh item

Y = skor total yang diperoleh dari seluruh item dikurangi X

$\sum X$ = jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum XY$ = jumlah skor dalam distribusi XY

$\sum X^2$ = jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$ = jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

N = banyaknya responden

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jawaban responden terhadap pertanyaan ini dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak oleh karena masing-masing pertanyaan hendak mengukur hal yang sama. Jika jawaban terhadap indikator ini acak, maka dapat dikatakan bahwa tidak reliabel. Pengukuran realibilitas dapat dilakukan dengan *One Shot* atau pengukuran sekali saja. Disini pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan.



C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Alat untuk mengukur reliabilitas adalah *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel, apabila: Hasil $\alpha > 0,70$ = reliabel dan Hasil $\alpha < 0,70$ = tidak reliable.

Rumus Reabilitas :

$$r_{ii} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma_1^2} \right]$$

$$\text{dimana rumus } \sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N}$$

- r_{ii} = reliabilitas instrumen
- k = banyaknya butir pertanyaan
- $\sum \sigma^2$ = jumlah ragam dari seluruh pernyataan
- σ_1^2 = varians total

3. Analisis deskriptif

Analisis deskriptif mengenai Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk^[L]_[SEP], harga jual produk terhadap kepuasan konsumen Carl's Jr

4. Uji Parsial (Uji T)

Uji Parsial (Uji T) ^[L]_[SEP] adalah untuk mengetahui apakah pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat apakah signifikan atau tidak. Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara nilai thitung masing-masing variabel bebas dengan nilai t_{tabel} dengan derajat kesalahan 5% ($\alpha = 0.05$). Apabila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka variabel bebasnya memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel terikat. ^[L]_[SEP]

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



5. Uji serempak (Uji F)

Uji serempak (Uji F) untuk pengujian hipotesis pertama. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebasnya secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} pada derajat kesalahan 5% ($\alpha = 0.05$). Apabila nilai $F_{hitung} <$ dari nilai F_{tabel} , maka berarti variabel bebasnya secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat atau hipotesis pertama dinyatakan dapat diterima.

6. Uji asumsi klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ada tidaknya normalitas residual, multikolineritas, autikorelasi, dan heteroskedasitas pada model regresi. Model regresi linear dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi beberapa asumsi klasik yaitu uji normalitas residual, multikolineritas, autikorelasi, dan heteroskedasitas.

a. Uji Normalitas

Uji One sample Kolomogrov Smirnov- digunakan untuk mengetahui distribusi data, apakah mengikuti distribusi normal, poisson, uniform, atau exponential. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah distribusi residual terdistribusi normal atau tidak . Residual berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih dari 0.05.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

b. Uji Multikolinieritas

Menurut Priyatno (2014 : 94) dengan melihat nilai tolerance dan inflation factor (VIF) pada model regresi. Apabila nilai VIF kurang dari 10 dan tolerance lebih dari 0.1, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan korelasi antara anggota observasi yang disusun menurut waktu atau tempat. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi autokorelasi. Metode pengujian menggunakan uji Durbin Watson.

- $DU < DW < 4-DU$ maka H_0 diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi.

- $DW < DL < DW > 4-DL$ maka H_0 ditolak, artinya terjadi autokorelasi

- $DL < DW < DU$ atau $4-DU < DW < 4-DL$, artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

d. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode grafik scatterplot, jika titik titik tersebar dengan baik maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



7. Analisis regresi berganda

Analisis regresi linier adalah analisis untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara variable independen terhadap variable dependen, dan untuk memprediksi atau meramalkan suatu nilai variable dependen berdasarkan variable independen. Yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda karena variable independen lebih banyak dari variable dependen yaitu 3 variabel independen terhadap 1 variabel dependen.

$$\hat{Y} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

Dimana \hat{Y} = Kepuasan Konsumen

X_1 = kualitas layanan

X_2 = kualitas produk

X_3 = harga jual produk

β_1 = koefisien X_1

β_2 = koefisien X_2

β_3 = koefisien X_3

(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.