



BAB III

METODE PENELITIAN



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Objek Penelitian

Objek penelitian penulis adalah elemen-elemen bauran pemasaran jasa yang mempengaruhi loyalitas konsumen sehingga makan di restoran Sushi tei dan tingkat loyalitas konsumen terhadap restoran Sushi Tei. Dengan subyek penelitian adalah para konsumen yang pernah mengkonsumsi dan mengunjungi secara langsung di restoran Sushi Tei, Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara.

B. Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Deskriptif, yaitu suatu metode penelitian yang dapat digunakan untuk menggambarkan dan menginterpretasikan bagaimana masalah yang sedang diteliti oleh penulis serta kesimpulan dan sasaran yang diambil berdasarkan fakta-fakta, pengumpulan data, analisis serta pemecahan masalah. Menurut Sugiyono (2003:11) penelitian ini dilakukan untuk mengetahui nilai variable mandiri, baik satu variable atau lebih (independent), tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variable lain. Penelitian deskriptif ini bertujuan untuk dapat membuat gambaran mengenai elemen yang diteliti yaitu apakah elemen bauran pemasaran jasa mempengaruhi loyalitas konsumen.

Pendekatan yang digunakan adalah Pendekatan Metode Survei, yaitu suatu metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan dan mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya melalui penyebaran kuisioner yang dilakukan terhadap konsumen.

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.



Survey digunakan untuk memperoleh fakta tentang gejala atas permasalahan yang timbul tanpa menyelidiki mengapa gejala-gejala tersebut ada, tidak perlu memperhitungkan hubungan antara variable-variabel, lebih menggunakan data yang ada untuk pemecahan masalah daripada pengujian hipotesis. Survey dilakukan dengan penyebaran kuisioner yang ditujukan kepada pelanggan restoran Sushi Tei Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara.

Berdasarkan waktu pengumpulan data, penelitian ini menggunakan Pendekatan Cross Sectional yaitu data yang dikumpulkan pada waktu tertentu untuk menggambarkan keadaan dan kegiatan pada waktu tersebut, data hanya diambil satu kali pada suatu periode waktu untuk menjawab pertanyaan penelitian.

C. Variable Penelitian

Variable penelitian yang digunakan adalah:

1. Profil Responden, dengan elemen-elemen yang terdiri dari:
 - a. Jenis Kelamin
 - b. Usia
 - c. Jenis Pekerjaan
 - d. Pengeluaran konsumen per bulan untuk makan di restoran
 - e. Dari mana mengenal restoran Sushi Tei
2. Marketing Mix (Bauran Pemasaran)

Menurut Kotler dan Keller (2008:4), yaitu :

- a. Product/produk
 - 1) Cita rasa makanan sesuai dengan selera



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

- 2) Variasi menu yang ditawarkan beragam
- 3) Menu yang ditawarkan berbeda dengan restoran sekitarnya
- 4) Porsi makanan cukup mengenyangkan
- 5) Temperature makanan sudah baik
- b. Price/harga
 - 1) Kesesuaian harga dengan kualitas makanan
 - 2) Kesesuaian harga dengan porsi makanan
 - 3) Kesesuaian harga dengan tempat
 - 4) Kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan
- c. Place/tempat
 - 1) Kemudahan mengunjungi lokasi restoran Sushi Tei
 - 2) Keyakinan terhadap kondisi keamanan disekitar Sushi Tei
 - 3) Kenyamanan tempat
- d. Promotion/promosi
 - 1) Restoran Sushi Tei cukup dikenal
 - 2) Restoran Sushi Tei mencerminkan makanan khas Negara Jepang
 - 3) Rekomendasi dari teman
 - 4) Ketertarikan dengan promosi yang ditawarkan
 - 5) Dapat meningkatkan citra diri anda
- e. People/orang
 - 1) Keramahan karyawan
 - 2) Kesigapan dan ketrampilan karyawan dalam melayani
 - 3) Karyawan menguasai menu makanan



- 4) Karyawan berpakaian dan berpenampilan rapih
- 5) Karyawan menangani keluhan dengan baik

f. Physical Evidence/bukti fisik

- 1) Kebersihan ruangan
- 2) Desain dan interior yang menarik
- 3) Cara penyajian makanan yang menarik
- 4) Seragam waitress mudah dikenali

g. Process/proses

- 1) Kecepatan dalam menyajikan makanan
- 2) Kecepatan menanggapi masalah yang timbul
- 3) Kemudahan proses pembayaran

3. Loyalitas Konsumen

- 1) Membeli kembali produk dari toko yang sama
- 2) Membeli produk lain di luar produk yang biasa dibeli
- 3) Merekomendasikan produk dan toko kepada orang lain
- 4) Niat untuk membeli produk dari toko yang sama walaupun ada tawaran produk dari toko lain

© 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.



D. Variabel dan Pengukurannya

Tabel 3.1

Variable	Keterangan	Skala
Bauran Pemasaran		
Product	Cita rasa makanan sesuai dengan selera	Interval
	Variasi menu yang ditawarkan beragam	Interval
	Menu yang ditawarkan berbeda dengan restoran sekitarnya	Interval
	Porsi makanan cukup mengenyangkan	Interval
	Temperature makanan sudah baik	Interval
Price	Kesesuaian harga dengan kualitas makanan	Interval
	Kesesuaian harga dengan porsi makanan	Interval
	Kesesuaian harga dengan tempat	Interval
	Kesesuaian harga dengan kualitas makanan	Interval
Place	Kemudahan mengunjungi lokasi Sushi Tei	Interval
	Keyakinan terhadap kondisi keamanan disekitar Sushi Tei	Interval
	Kenyamanan Tempat	Interval
Promotion	Restoran Sushi Tei cukup terkenal	Interval
	Restoran Sushi Tei mencerminkan makanan khas Negara Jepang	Interval

©

Hak cipta dimiliki IBI IKKG (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 IBI IKKG.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



	Rekomendasi dari teman	Interval
C	Ketertarikan dengan promosi yang ditawarkan	Interval
	Dapat meningkatkan citra diri anda	Interval
People	Keramahan karyawan	Interval
	Kesigapan dan ketrampilan karyawan dalam melayani	Interval
	Karyawan menguasai menu makanan	Interval
	Karyawan berpakaian dan berpenampilan bersih	Interval
	Karyawan menangani keluhan dengan baik	Interval
Physical Evidence	Kebersihan ruangan	Interval
	Desain dan interior yang menarik	Interval
	Seragam waitress mudah dikenali	Interval
Process	Kecepatan dalam menyajikan makanan	Interval
	Kecepatan menanggapi masalah yang timbul	Interval
	Kemudahan proses pembayaran	Interval
Loyalitas Konsumen		
	Membeli kembali produk dari toko yang sama	Interval
	Membeli produk lain di luar produk yang biasa dibeli	Interval
	Merekomendasikan produk dan toko kepada orang lain	Interval

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 IBKKG.

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



C	Niat untuk membeli produk dari toko yang sama walaupun ada tawaran produk dari toko lain	Interval
---	--	----------

E. Teknik Pengambilan Sampel

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1) Metode Sampel

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode Judgement Sampling. Dengan metode ini berarti penulis mengambil sampel berdasarkan pertimbangan-pertimbangan (judgement) penulis. Dalam hal ini, penulis memilih sendiri konsumen yang dapat mewakili populasi. Kriteria unsur populasi yang dipilih menjadi sampel adalah sudah pernah mengkonsumsi/mengunjungi restoran Sushi Tei di Mall Kelapa Gading minimal 3 kali dalam 2 bulan.

2) Ukuran Sampel

Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi adalah pelanggan yang sudah pernah mengkonsumsi/mengunjungi restoran Sushi Tei di Mall Kelapa Gading,

Dalam penelitian ini dilakukan pembagian pra-kuisisioner secara sistematis dengan perincian: pra-kuisisioner disebarkan sebanyak 30 responden, kuisisioner sebanyak 100 responden yang dibagikan kepada para konsumen Sushi Tei.

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, teknik yang dipakai adalah teknik komunikasi dengan menyebarkan kuisisioner melalui internet dan secara langsung yang disebar kepada responden yang sudah pernah mengunjungi / mengkonsumsi makanan di Restoran Sushi Tei, Mall Kelapa Gading.

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



G. Teknik Analisis Data

© Data yang dikumpulkan melalui kuisisioner dari responden kemudian diubah untuk dapat dianalisis. Pengolahan dan analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Uji Realibilitas

Pengertian Reabilitas menurut Danang Sunyoto (2007:74) adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variable atau konstruk. Butir pertanyaan dikatakan reliable atau handal apabila jawaban seorang terhadap pernyataan adalah konsisten.

Menurut Danang Sunyoto (2007:74), pengukuran kehandalan butir pertanyaan dengan skala menyebarkan kuisisioner pada responden, kemudian hasil skornya diukur korelasinya Antara nilai jawaban pada butir pertanyaan yang sama dengan bantuan computer program Statistical Program for Society Science (SPSS) dengan fasilitas Cronbach Alpha (α). Suatu variable dikatakan reliable jika memberikan nilai cronbach alpha > 0.60 .

2. Uji Validitas

Menurut Danang Sunyoto (2007:74), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Mengukur tingkat validitas dapat dilakukan sama dengan bantuan computer dengan program Statistical Program for Society Science (SPSS) dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r table untuk degree of freedom = $n-k$ dalam hal ini $30-2$ atau $df 28$ dan salah satu daerah sisi pengujian alpha 0.05 didapat r tabel 0.361 . jika r hitung untuk r tiap butir

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.



pertanyaan bernilai positif dan lebih besar dari r table (lihat corrected item-total correlation), maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Analisis Persentase

Data yang dikumpulkan dari kuisioner dibuat kedalam table untuk kategori data secara keseluruhan, selanjutnya data dalam data tersebut dipresentasikan untuk mengetahui tingkat rangking terhadap masing-masing pertanyaan rumus presentase dilihat sebagai berikut:

$$Fr = \frac{\sum F}{n} \times 100\%$$

4. Rata-Rata Hitung (Average atau Mean)

Terdapat dua rata-rata hitung yaitu rata-rata hitung untuk populasi yang berukuran N dan rata-rata hitung untuk sampel berukuran n. Jika yang dicari adalah rata-rata hitung untuk populasi, maka dapat diperoleh dengan menggunakan rumus:

$$\mu = \frac{\sum_{i=1}^N x_i}{N}$$

Contoh 1. Diperoleh data tentang nilai yang diperoleh 5 mahasiswa pada mata kuliah statistika, yaitu; 30, 50, 60, 40, dan 60. Jika data berasal dari populasi, hitunglah berapa nilai rata-rata nilai statistika untuk 5 orang di atas.

Jawab: Karena data berasal dari populasi, maka rata-rata dapat dihitung sebagai berikut:

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.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

$$\mu = \frac{30 + 50 + 60 + 40 + 60}{5} = 48$$

Jika yang dicari adalah rata-rata sample, maka rata-rata dapat diperoleh dengan menggunakan rumus:

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$$

5. Rentang Skala

Sugiyono (2003:86) skala digunakan untuk mengukur setiap pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk pengolahan data dalam penelitian ini, kuisioner di design dengan menggunakan rentang skala pada pertanyaan-pertanyaan di dalam kuisioner. Setiap kategori jawaban diberikan nilai rentang skala 1 sampai 5 dengan kategori sebagai berikut:

Contoh:

Sangat Tidak Setuju = 1

Sangat Setuju = 5

Tidak Setuju = 2

Cukup Setuju = 3

Setuju = 4

Untuk menghitung skala penilaian menggunakan rumus:

$$\text{Skala} = \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{banyaknya kelas}}$$

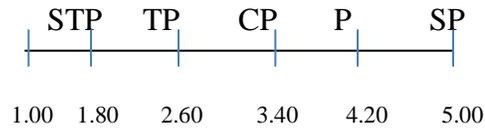
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



Skor penilaian tertinggi untuk setiap pertanyaan adalah 5. Skor terendah untuk setiap pertanyaan adalah 1, sehingga rentang skala yang diperoleh adalah sebesar:

$$\text{Skala} = \frac{5-1}{1} = 0.8$$

Sehingga posisi jawaban menjadi sebagai berikut:



1-1.80 = sangat tidak setuju

1.81-2.60 = tidak setuju

2.61-3.40 = cukup setuju

3.41-4.20 = setuju

4.21-5.00 = sangat setuju

6. Analisis Regresi Ganda

Penulis menggunakan analisis regresi ganda dengan menggunakan bantuan computer program Statistical Program for Society Science (SPSS). Untuk mengetahui elemen-elemen yang mempengaruhi loyalitas konsumen pada Sushi Tei. Persamaan regresi ganda sebagai berikut:

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



$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + E$$

Dimana :

Y = variabel terikat (loyalitas konsumen)

$X_{1,2,...,7}$ = variable bebas (elemen bauran pemasaran jasa)

β_0 = nilai konstanta

$\beta_{1,2,...,7}$ = koefisien regresi

E = residual

a) Uji F

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = \beta_5 = \beta_6 = \beta_7 = 0$$

$$H_a : \text{paling sedikit ada satu } \beta_i \neq 0$$

b) Uji T

$$H_0 : \beta_1 = 0$$

$$H_0 : \beta_2 = 0$$

$$H_0 : \beta_3 = 0$$

$$H_0 : \beta_1 \neq 0$$

$$H_0 : \beta_2 \neq 0$$

$$H_0 : \beta_3 \neq 0$$

$$H_0 : \beta_4 = 0$$

$$H_0 : \beta_5 = 0$$

$$H_0 : \beta_6 = 0$$

$$H_0 : \beta_4 \neq 0$$

$$H_0 : \beta_5 \neq 0$$

$$H_0 : \beta_6 \neq 0$$

$$H_0 : \beta_7 = 0$$

$$H_0 : \beta_7 \neq 0$$

C 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.



Dasar pengambilan keputusan:

- 1) Tidak tolak H_0 , jika $\text{sig} \geq 0.05$ (tidak ada pengaruh)
- 2) Tolak H_0 , jika $\text{sig} < 0.05$ (ada pengaruh)

Berdasarkan ketentuan hipotesis di atas maka hasil uji hipotesis yang diperoleh dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a) Bila H_0 tidak tolak/ H_a ditolak maka dapat menarik kesimpulan bahwa tidak terdapat bukti ada pengaruh antara variable bauran pemasaran jasa dengan loyalitas konsumen.
- b) Bila H_0 ditolak/ H_a diterima maka dapat menarik kesimpulan bahwa terdapat bukti ada pengaruh antara variable bauran pemasaran jasa dengan loyalitas konsumen.

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