

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis penelitian

Dalam laporan ini penulis menggunakan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2010:23) data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Jenis analisis yang digunakan adalah analisis regresi ganda. Analisis regresi ganda ialah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas dengan satu variabel terikat (Riduwan dan Sunarto, 2010:108)

3.2 Gambaran Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengunjung dari Platinum Grill Surabaya.

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2007:92) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jenis *sampling* yang digunakan adalah *nonprobability sampling*. *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan jenis *sampling* yang digunakan adalah *sampling purposive* yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan

tertentu. Penulis memiliki pertimbangan tertentu dalam memberikan kuesioner yaitu kepada pengunjung yang berumur di atas 20 tahun dan sudah datang di Platinum Grill Untuk ke dua kalinya. Menurut Ferdinand yang dikutip dari Cornelia dan Veronica (2009:18) ukuran sampel yang harus diambil dalam pengukuran penelitian adalah minimal berjumlah 100. Karena tidak diketahui jumlah populasinya. Sehingga sampel yang akan disebarakan sebanyak 100 buah. Penulis membagikan 110 buah kuesioner langsung kepada responden

3.3 Jenis dan sumber data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang dipakai adalah data kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka dan dapat dihitung dengan membaca tabel maupun angka-angka yang tersedia

3.3.2 Sumber Data

1. Data Primer

Data yang diperoleh secara langsung melalui hasil survei dan wawancara, melalui penyebaran kuesioner langsung kepada responden.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, diperoleh dengan cara mendapatkan referensi melalui buku dan jurnal.

3.4 Definisi operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan terikat. Yang dimaksud variabel bebas ialah variabel yang menjadi sebab timbulnya atau berubahnya variabel terikat. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah loyalitas pengunjung, dan variabel bebas dalam penelitian ini adalah *service* dan makanan, sehingga *service* dan makanan menjadi penyebab terjadinya loyalitas pengunjung. Definisi masing-masing dari tiap variabel adalah:

1. Variabel bebas yaitu:

Service (X1)

Menurut Gronroos dalam Tjiptono dan Chandra (2007:11) jasa adalah proses yang terdiri dari serangkaian aktivitas *intangible* yang biasanya (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan jasa atau sumber daya fisik atau barang dan atau sistem penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan.

Menurut Zeithaml dan Berry dalam Tjiptono (2008:95) terdapat lima dimensi utama yang disusun untuk mengukur kualitas *service* yaitu :

1. Reliabilitas (*reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali.
2. Daya tanggap (*responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan dengan segera.
3. Jaminan (*assurance*), berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan karyawan dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*).

4. Empati (*empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
5. Bukti fisik (*tangibles*), berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan.

Makanan (rasa, porsi, penyajian) (X2)

Menurut Potter dan Hotchkiss dalam Liando dan Wahyusari (2009:9) kualitas makanan adalah karakteristik kualitas dari makanan yang dapat diterima oleh konsumen. Ini termasuk dalam faktor eksternal seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa.

Menurut Gaman & Sherrington dalam Taufik dan Angarmona (2009:12) menjelaskan beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas makanan, yaitu:

1. Warna

Warna dari bahan-bahan makanan harus dikombinasi sedemikian rupa supaya tidak terlihat pucat atau warnanya tidak serasi. Kombinasi warna sangat membantu dalam menambah selera makan konsumen. Misalnya dalam penyajian *steak*, untuk memberikan variasi pada warna maka ditambahkan wortel, sayuran hijau dan kentang.

2. Penampilan

Ungkapan "*looks good enough to eat*" bukanlah ungkapan yang berlebihan. Makanan harus terlihat menarik saat berada di atas piring. Kesegaran dan

kebersihan dari makanan yang disajikan adalah salah satu contoh penting yang akan mempengaruhi penampilan makanan.

3. Porsi

Dalam setiap penyajian makanan, biasanya ditentukan porsi standarnya, dalam hal ini sering disebut sebagai *standard portion size*. Definisi dari *standard portion size* adalah kuantitas *item* yang harus disajikan setiap kali *item* tersebut dipesan. Pihak manajemen sendiri dianjurkan untuk membuat *standard portion size* secara jelas, misalnya berapa gram daging yang harus disajikan.

4. Bentuk

Bentuk makanan memberikan peranan penting dalam daya tarik mata. Bentuk makanan yang menarik bisa diperoleh lewat cara pemotongan bahan makanan yang bervariasi.

5. *Temperature*

Faktor ini juga dapat mempengaruhi rasa. Rasa manis dari suatu makanan akan lebih terasa saat makanan masih hangat, sementara rasa asin dari sup akan kurang terasa pada saat sup masih panas

6. Tekstur

Tekstur dari makanan sangat beragam, antara lain : halus atau kasar, keras atau lembut, cair atau padat, kering atau lembab, empuk atau tidak.

7. Aroma

Aroma merupakan reaksi dari makanan yang akan mempengaruhi konsumen, dimana sebelum konsumen menikmati makanan, konsumen dapat mencium aroma dari makanan tersebut.

8. Tingkat kematangan

Tingkat makanan akan mempengaruhi tekstur makanan. Misalnya wortel yang direbus cukup lama akan memiliki tekstur yang lebih lunak daripada wortel yang direbus lebih cepat. Tetapi untuk jenis makanan tertentu seperti *steak*, setiap orang memiliki selera tersendiri terhadap tingkat kematangannya.

9. Rasa

Titik-titik perasa pada lidah memiliki kemampuan untuk mendeteksi empat dasar rasa, yaitu, manis, asam, asin, dan pahit. Pada makanan tertentu, keempat rasa ini apabila digabungkan akan menjadi satu rasa yang unik dan menarik untuk dinikmati, misalnya masakan gurami asam manis.

2. Variabel terikat yaitu:

Loyalitas pengunjung (Y)

Hurriyati (2008:128) mengungkapkan definisi loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa yang terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.

Menurut Hill dalam Hurriyati (2008:132) loyalitas pelanggan dibagi menjadi 6 tahapan yaitu:

1. *Suspect*

Meliputi semua orang yang diyakini akan membeli (membutuhkan) barang/jasa, tetapi belum memiliki informasi tentang barang/jasa perusahaan.

2. *Prospect*

Adalah orang-orang yang memiliki kebutuhan akan jasa tertentu, dan mempunyai kemampuan untuk membelinya.

3. *Customer*

Pada tahap ini pelanggan sudah melakukan hubungan transaksi dengan perusahaan, tetapi tidak mempunyai perasaan positif terhadap perusahaan, loyalitas pada tahap ini belum terlihat.

4. *Clients*

Meliputi semua pelanggan yang telah membeli barang/jasa yang dibutuhkan/ditawarkan perusahaan secara teratur, hubungan ini berlangsung lama, dan konsumen telah memiliki sifat *retention*.

5. *Advocates*

Pada tahap ini *clients* secara aktif mendukung perusahaan dengan memberikan rekomendasi kepada orang lain agar mau membeli barang/jasa di perusahaan tersebut.

6. *Partners*

Telah terjadi hubungan yang kuat dan saling menguntungkan antara perusahaan dengan pelanggan.

3.5 Metode dan Prosedur Pengumpulan Data

Metode yang digunakan oleh penulis dalam mengumpulkan data adalah dengan :

1. Observasi

Penulis sebelumnya sudah melakukan observasi di dalam restaurant dengan melihat komentar dari pengunjung yang datang selama satu minggu kemudian dihitung berapa

persen pengunjung yang menulis mengenai pelayanan yang baik dan berapa persen yang menulis mengenai makanan dan menu yang disediakan.

2. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan adalah salah satu cara untuk mendapatkan informasi atau data dalam berbagai cara yang berhubungan dengan permasalahan yang akan dibahas di dalam laporan penulisan ini. Penulis melakukan studi dengan membaca yang berhubungan dengan permasalahan yang telah dibuat oleh penulis.

3. Penelitian lapangan / survei

Penelitian lapangan adalah cara mengumpulkan dan mendapatkan data atau informasi melalui survei langsung ke dalam lapangan atau menyebar kan kuesioner kepada pengunjung yang datang. Kuesioner adalah pertanyaan yang diberikan kepada penulis untuk para responden, agar data yang diambil oleh penulis dapat akurat. Jenis kuesioner yang digunakan oleh penulis adalah kuesioner dengan sistem skala *likert*. Menurut Riduwan dan Sunarto (2010:20) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Dalam penelitian gejala sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Pengisian kuesioner dilakukan dengan *self administered questionnaires* dimana responden mengisi sendiri kuesioner yang dibagikan tetapi untuk menghindari kesalahan ketika mengisi penulis ikut mendampingi.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2010:348) *valid* berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Untuk instrumen yang berbentuk *test* maka

pengujian yang digunakan adalah pengujian validitas isi. Pengujian validitas isi dapat dilakukan dengan membandingkan antara isi instrumen dengan materi yang ada. Pada setiap instrumen baik *test* maupun *nontest* terdapat butir-butir (item) pertanyaan atau pernyataan. Menurut Nugroho (2005 : 67) Uji Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Nilai validitas dapat dilihat pada nilai *corrected item total correlation*. Butir pertanyaan dapat dikatakan *valid* apabila r-hitung lebih besar dari pada r-tabel.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Riduwan dan Sunarto (2010:348) reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa sesuatu *instrument* dapat dipercaya untuk dipergunakan sebagai alat pengumpul data karena *instrument* tersebut sudah dianggap baik. *Instrument* yang baik tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Reliabel artinya dapat dipercaya dan dapat diandalkan. Sehingga beberapa kali diulang pun hasilnya akan tetap sama (konsisten). Menurut Sugiyono (2010:365) pengujian realibilitas dengan teknik *Alfa Cronbach* dilakukan untuk jenis data *interval/essay*. Rumus koefisien reliabilitas *Alfa Cronbach* : $r_i = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right\}$

Keterangan : K = *mean* kuadrat antara subyek

$$\sum S_i^2 = \text{mean kuadrat kesalahan}$$

$$S_t = \text{varians total}$$

3.6.3 Analisa Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang menggambarkan suatu data yang akan dibuat baik sendiri maupun secara kelompok. Tujuan analisis deskriptif untuk membuat gambaran secara sistematis data yang faktual dan akurat mengenai fakta-fakta serta hubungan antar fenomena yang diselidiki atau diteliti. Dalam penyajian ini akan dibahas mengenai pengukuran gejala pusat misalnya *mean* (Riduwan dan Sunarto, 2010:38). *Mean* merupakan teknik penjelasan kelompok yang didasarkan atas nilai rata-rata dari kelompok tersebut. Rata-rata ini didapat dengan menjumlahkan data seluruh individu dalam kelompok itu kemudian dibagi dengan jumlah individu yang ada pada kelompok tersebut. Dapat dirumuskan menjadi $Me = \frac{\sum x_i}{n}$

Keterangan : Me = *Mean* (rata-rata)

\sum = *Epsilon* (jumlah)

X_i = Nilai x ke I sampai ke n

N = Jumlah individu

Standart Deviation adalah suatu ukuran penyimpangan. Jika nilainya kecil maka data yang digunakan mengelompok di sekitar nilai rata-rata (Nugroho, 2005:17).

3.6.4 Analisis Regresi Ganda

Menurut Riduwan dan Sunarto (2010:108) analisis regresi ganda ialah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua

variabel bebas dengan satu variabel terikat. Persamaan regresi ganda untuk dua variabel bebas dirumuskan menjadi $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$

3.6.5 Uji t

Menurut Nugroho (2005:54) tujuan Uji-t dua variabel bebas adalah untuk membandingkan (membedakan) apakah kedua variabel tersebut sama atau berbeda. Gunanya untuk menguji kemampuan generalisasi (signifikansi hasil penelitian yang berupa perbandingan dua rata-rata sampel)

3.6.6 Uji F

Menurut Nugroho (2005:53) uji simultan dengan *F-test* ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil *F-test* ini pada *output SPSS* dapat dilihat pada tabel *anova*. Hasil *F-test* menunjukkan variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen jika *p-value* (pada kolom *sig*) lebih kecil dari *level of significant* yang ditentukan, atau *f* hitung (pada kolom *F*) lebih besar dari *F-tabel*. *F-tabel* dihitung dengan cara $df_1 = k - 1$, dan $df_2 = n - k$, *k* adalah jumlah variabel dependen dan independen.

3.6.7 Uji Asumsi Klasik

Menurut Nugroho (2005 : 57) model regresi berganda dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut terbebas dari asumsi-asumsi klasik statistik, baik itu multikolinieritas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas.

3.6.7.1 Multikolinieritas

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan dengan variabel independen lain dalam satu model. Kemiripan antar variabel independen dalam suatu model akan menyebabkan terjadinya korelasi yang sangat kuat antara suatu variabel independen dengan variabel independen yang lain. Selain itu deteksi terhadap multikolinieritas juga bertujuan untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan kesimpulan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Nugroho,2005:59).

3.6.7.2 Autokorelasi

Menurut Nugroho (2005:59) menguji autokorelasi dalam suatu model bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu (e_t) pada periode tertentu dengan variabel pengganggu periode sebelumnya (e_{t-1}). Cara mudah mendeteksi autokorelasi dapat dilakukan dengan uji *Durbin Watson*. Model regresi linier berganda terbebas dari autokorelasi jika nilai *Durbin Watson* hitung terletak di daerah *no autocorelasi*. Penentuan letak tersebut dibantu dengan tabel d_l dan d_u , dibantu dengan nilai k (jumlah variabel independen).

3.6.7.3 Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain, atau gambaran hubungan antara nilai yang diprediksi dengan *studentized delete residual* nilai tersebut. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki persamaan *variance residual* (Nugroho, 2005:62).