BAB III
OBJEK DAN METODE PENELITIAN

1.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian, objek penelitian ini menjadi sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban ataupun solusi dari permasalahan yang terjadi.

Menurut pendapat Sugiyono (2011:32) mendefinisikan objek penelitian sebagai berikut:

"Objek Penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objekatau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan".

Objek penelitian menurut Husein Umar (2005:303) dalam Umi Narimawati (2010:29) adalah sebagai berikut:

"Objek penelitian menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian, juga dimana dan kapan penelitian dilakukan, bisa juga ditambahkan hal-hal lain jika dianggap perlu".

Berdasarkan pengertian diatas maka objek penelitian dalam penelitian ini bertempat di rumah makan ayam goring cepat saji Thunder Chiken, yang terletak di Jl. Bansong Sunhwan, Busan. Berdiri sejak tahun 2011. Sebuah rumah makan

ayam goreng cepat saji yang menampilkan produk baru ayam goreng bagi para penikmat ayam goreng cepat saji.

1.2 Metode Penelitian

Metode penelitian menurut Sugiyono (2013:5) adalah sebagai berikut;

"Untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapan ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masaalah dalanm bidang bisnis.

Menurut Umi Narimawati (2010:127) metode penelitian adalah sebagai berikut ;

"Metode penelitian merupakan cara penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data untuk mencapai tujuan tertentu".

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif.

Menurut Sugiyono (2013:55) metode asosiatif adalah sebagai berikut;

"Suatu pertanyaan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara hubungan antara dua variabel atau lebih".

Metode asosiatif ini digunakan untuk menganalisis pengaruh faktor pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan keunggulan bersaing.

Sedangkan metode verifikatif menurut Mashuri (2008:45) dalam Umi Narimawati (2010:29) adalah sebagai berikut :

"Metode verifikatif yaitu memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan".

Menurut Sugiyono (2011:8) mendefinisikan metode penelitian kuantitatif adalah sebagai berikut:

"Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan".

Sedangkan metode verifikatif menurut Mashuri (2008 : 45) menyatakan bahwa "Metode verifikatif yaitu memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan."

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey yaitu penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data.

1.2.1 Desain Penelitian

Sesuai dengan judul penelitian yang diangkat oleh peneliti yaitu " Model Kepuasan Pelanggan melalui Kualitas Pelayanan dan Keunggulan Bersaing di Rumah Makan Cepat Saji Thunder Chiken Bansong". maka langkah-langkah yang akan dilakukan penulis dalam penyusunan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengumpulkan data-data dari pihak Thunder Chiken Bansong.
2. Mengumpulkan data-data mengenai tanggapan para konsumen atas produk yang diberikan restoran tersebut sehingga mereka membeli produk.
3. Membuat hipotesis untuk membuktikan adanya hubungan atau dampak antara kualitas pelayanan dan keunggulan bersaing terhadap kepuasan pelanggan.
4. Menganalisa data-data yang diperoleh untuk membuktikan kebenaran hipotesis yang telah dibuat.
5. Membuat kesimpulan terhadap hasil hipotesis.
6. Menyusun Penelitian.

1.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasional variabel dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh pengukuran variabel-variabel penelitian.

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat-sifat atau nilai dari seseorang, obyek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2004).

1. Variabel bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang menjadi penyebab atau timbulnya variabel *dependent* (terikat). Adapun yang menjadi variabel *independent* dalam penelitian ini adalah Kontrol diri dan Materialisme.

2. Variabel terikat (Dependent Variabel)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependent adalah pembelian kompulsif.

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel

Variabel	**Konsep Variabel**	**Indikator**	**Ukuran**	**Skala**	**Kuesioner**
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan adalah penilaian pelanggan atas	*1. Kehandalan*	Tingkat kemampuan sesorang dalam menguasai dan mengolah sesuatu	Or	p.1, p.2

	keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh (Zeithaml, 1988).	2. *Daya Tanggap*	Tingkat kemampuan seseorang terhadap kepekaannya untuk orang lain	dinal	p.3, p.4
		3. Jaminan	Tingkat kemampuan seseorang dalam bertindak berdasarkan apa yang dimilikinya		p.5, p.6
		4. *Empati*	Tingkat kemampuan seseorang untuk peka dan peduli terhadap kebutuhan orang lain		p.7, p.8
		5. Bentuk Fisik	Kemampuan suatu unit usaha untuk dapat menarik perhatian dalam bentuk fisik		p.9, p10
Keunggulan Bersaing (X2)	Keunggulan bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai unggul dengan memanfaatkan berbagai sumber daya yang dimilikinya (Groge dan Vickery, 1994, p. 669-670).	1. Harga bersaing	Tingkat dimana suatu unit usaha berkeunggulan dalam segi harga terhadap produk lain	Ordinal	p. 1, p.2
		2. Kualitas Produk	Tingkat dimana suatu unit usaha menawarkan produk yang memiliki mutu dan kualitas		p. 3, p.4

		3. Keunikan Produk	Tingkat dimana produk yang ditawarkan memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan produk lainnya.		p. 5, p.6
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler, 2005)	1. *Kepuasan keseluruhan konsumen*	Tingkat kepuasan yang menyeluruh terhadap penggunaan/ pemakaian suatu produk dan jasa	Ordinal	p. 1, p.2
		2. *Konfirmasi Harapan*	Tingkat perasaan yang berharap terhadap sesuatu yang diinginkan		p. 3,p.4
		3. *Experience satisfaction*	Tingkat kepuasan yang dialami oleh konsumen selama mengkonsumsi produk		p. 5,p.6
		4. Minat pembelian ulang	Tingkat keinginan konsumen untuk membeli kembali		p.7

		5. *Kesediaan untuk merekomendasi*	Tingkat kemauan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah memberikan kepuasan		p.8

Sumber: Data yang dikembangkan untuk penelitian, 2016

1.2.3 Metode Penarikan Sampel

Untuk menunjang hasil penelitian, maka peneliti melakukan pengelompokan data yang diperlukan kedalam dua golongan, yaitu:

1.2.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2012:115), populasi adalah:

"Generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya."

Sedangkan menurut Cooper dan Emory (1999:214) yaitu:

"Populasi adalah kumpulan individu atau obyek penelitian yang memiliki kualitas – kualitas serta ciri – ciri yang ditetapkan. Berdasarkan kualitas dan ciri tersebut, populasi dapat dipahami sebagai sekelompok individu atau obyek pengamatan yang minimal memiliki satu persamaan karakteristik."

Menurut Indriantoto dan Supmo (1999):

“Populasi adalah sekelompok orang, kejadian, atau segala sesuatu yang mempunyai karakter tertentu.”

Berdasarkan ketiga definisi di atas, maka populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan restoran cepat saji Thunder dari semua kalangan. Data populasi pembeli diambil dari data restoran dalam membuat dan menjual ayam goreng yang terjual selama satu bulan. Diketahui bahwa dalam sehari (hari biasa) restoran cepat saji dapat menjual ayam goreng sebanyak 40 ekor/ hari dan pada akhir pekan (*weekend*) restoran tersebut dapat menjual ayam goreng 45 ekor/ hari. Jadi total penjualan selama satu bulan terahir adalah 1.160 ekor atau dengan kata lain 1.160 pelanggan yang menikmati 1 ekor ayam goreng

1.2.3.2 Sampel

Sugiyono (2007) mengatakan sampel adalah bagian dari jumlah karakteirstik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel. Teknik pengambilan *sampling* yang digunakan adalah *non probability sampling*, yaitu teknik *sampling* yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik tersebut digunakan karena data pelanggan di Thunder Chiken Bansong tidak diadministrasi dengan baik sehingga yang ada hanya data jumlah pengunjung yang pernah datang ke Thunder Chiken Bansong.

Responden dalam penelitian ini tentunya adalah pelanggan Thunder Chiken Bansong. Pengambilan responden dilakukan dengan teknik *accidental sampling*, yaitu peneliti memilih siapa saja anggota populasi yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dianggap dapat memberikan informasi yang diperlukan (Sugiyono, 2007).

Penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus Solvin sebagaimana tertera di bawah ini :

Rumus :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :
N = ukuran populasi
n = ukuran sampel
e^2 = persen kelonggaran ketidakpastian dengan tingkat kesalahan 10 %

$$n = \frac{1160}{1 + 1160\ (0{,}1)^2}$$

Keterangan:
n = ukuran sampel
N = jumlah populasi = 1160
e = batas kesalahan yang ditoleransi = 10%

Jumlah sampel yang diperoleh adalah sebesar 92,06. Kemudian jumlah tersebut dibulatkan menjadi 92. Maka dari itu, jumlah sampel yang diperoleh adalah sebanyak 92 pelanggan.

1.2.4 Jenis dan Sumber Data

Metode pengumpulan daya yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Lapangan (*Field Research*), yang dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung pada instansi yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer dan sekunder. Data primer ini didapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut :

1) Studi Kepustakaan (*Library Research*) yaitu bertujuan untuk memperoleh data dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku yang berhubungan dengan variabel yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.
2) Studi Lapangan (*Field Research*) yaitu dengan mencari dan memperoleh data dari perusahaan yang penulis teliti dengan cara:
    a. Wawancara, yaitu dengan mengadakan tanya jawab pihak-pihak yang berkaitan langsung dengan objek yang diteliti, yaitu wawancara dengan pemilik dan karyawan restoran cepat saji Thunder Chicken dan juga dengan beberapa pelanggan disana..
    b. Kuesioner, yaitu mengumpulkan data dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab atau direspon oleh responden.

1.2.5 Metode Analisis

1.2.5.1 Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif merupakan metode analisis dengan angka-angka yang apat dihitung maupun diukur. Analisis kuantitatif dimaksudkan untuk memperkirakan besarnya pengaruh secara kuantitatif dari perubahan satu atau beberapa kejadian lainnya, dengan menggunakan alat analisis statistik.

Pengolahan data dengan analisis kuantitatif melalui beberapa tahap.

1.2.5.1.1 Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan skor total yang diperoleh dari penjumlahan semua skor pertanyaan. Bila korelasi tersebut signifikan, maka alat ukur yang digunakan mempunyai validitas. Selanjutnya, dengan menggunakan angka kritis dari r tabel (tabel r *product moment*) dengan taraf signifikan 5% dan jumlah responden sebanyak 92 pelanggan, jika koefisien korelasi yang diperoleh lebih besar dari r tabel maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid, sebaliknya jika koefisien korelasi yang diperoleh lebih kecil dari r tabel maka pertanyaan tersebut tidak valid.

1.2.5.1.2 Uji Reliabilitas

Menurut **Sugiyono** (2008:110), bahwa reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Menurut Cooper (2006) yang dikutip oleh Umi Narimawati, Sri Dewi Anggadini, dan Linna Ismawati (2010:43) mengemukakan:

"*Reliability is a characteristic of measurement concerned with accuracy, precision, and consistency*."

Berdasarkan definisi di atas, maka reliabilitas dapat diartikan sebagaii suatu karakteristik terkait dengan keakuratan, ketelitian, dan kekonsistenan.

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk uji reliabilitas adalah *Split Half Method* (*Spearman-Brown Correlation*) Teknk Belah Dua. Metode ini menghitung reliabilitas dengan cara memberikan tes pada sejumlah subyek dan kemudian hasil tes tersebut dibagi menjadi dua bagian yang sama besar (berdasarkan pemilihan genap-ganjil).

$$\Gamma 1 = \frac{2\Gamma_b}{1 + \Gamma_b}$$

Keterangan:

$\Gamma 1$ = reliabilitas internal seluruh item

Γb = korelasi *product moment* antara belahan pertama dan belahan kedua

Keputusan pengujian reliabilitas instrument dengan menggunakan taraf signifikan 10% satu sisi adalah:

1. Jika t_{hitung} lebih dari atau sama dengan $t_{0,10}$ dengan taraf signifikan 10% maka instumen dinyatakan reliabel dan dapat digunakan.
2. Jika t_{hitung} kurang dari $t_{0,10}$ dengan taraf signifikan 10% satu sisi maka instrument dinyatakan tidak reliabel dan tidak dapat digunakan.

1.2.5.1.3 Uji MSI

Sehubungan dengan penelitian ini yang menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, sedangkan syarat analisis dengan verifikatif uji statistik menggunakan korelasi pearson minimal berskala interval, maka semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan Method of Successive Interval (Harun Al Rasyid, 1994:131).

Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

a) Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pernyataan.

b) Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah responden.

c) Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban

d) Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pernyataan dan setiap pilihan jawaban

e) Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$\text{Scale Value} = \frac{\text{(Dencity at Lower Limit)} - \text{(Dencity at Upper Limit)}}{\text{(Area BelowUpper Limit)} - \text{(Area Bellow Lower Limit)}}$$

Narimawati Umi (2010:47)

Data penelitian yang sudah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dengan variabel dependen serta ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut. Adapun di dalam proses pengolahan data MSI tersebut, peneliti menggunakan bantuan program software MSI.

3.2.6 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.6.1 Rancangan Analisis

Menurut Narimawati umi (2010 :41), rancangan analisis dapat di definisikan sebagai berikut :

“Rancangan analisis adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil observasi lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam katagori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang lebih penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dimengerti”.

1.2.5.1.4 Analisis Deskriptif

Dalam pelaksanaan, penelitian ini menggunakan jenis atau alat bentuk penelitian deskriptif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Penelitian Deskriptif adalah jenis penelitian yang menggambarkan apa yang terjadi di lapangan berdasarkan fakta-fakta yang ada untuk selanjutnya diolah menjadi data. Data tersebut kemudian dianalisis untuk memperoleh suatu kesimpulan. Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan bagaimana masing masing variabel penelitian. Metode kualitatif yaitu metode pengolahan data yang menjelaskan pengaruh dan hubungan yang dinyatakan dengan kalimat. Analisis kualitatif digunakan untuk melihat faktor penyebab. Langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian kualitatif adalah sebagai berikut:

a) Setiap indikator yang dinilai oleh responden, diklasifikasikan dalam lima alternatif jawaban dengan menggunakan skala ordinal yang menggambarkan peringkat jawaban.
b) Dihitung total skor setiap variabel / subvariabel = jumlah skor dari seluruh indikator variabel untuk semua responden.

c) Dihitung skor setiap variabel/subvariabel = rata-rata dari total skor.

d) Untuk mendeskripsikan jawaban responden, juga digunakan statistik deskriptif seperti distribusi frekuensi dan tampilan dalam bentuk tabel ataupun grafik.

e) Untuk menjawab deskripsi tentang masing-masing variabel penelitian ini, digunakan rentang kriteria penilaian sebagai berikut:

$$\text{Skor Total} = \frac{\text{Skor Aktual}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\ \%$$

(Sumber: Narimawati Umi, 2010:45)

Skor aktual adalah jawaban seluruh responden atas kuesioner yang telah diajukan. Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi atau semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi. Analisis deskriptif dilakukan mengacu kepada setiap indikator yang ada pada setiap variabel yang diteliti dengan berpedoman pada tabel berikut:

Tabel 3 .2
Kriteria Pengkalsifikasian Persentase Skor Tanggapan Responden

No.	**% Skor**	**Kriteria**
1	20.00% - 36.00%	Sangat Buruk/Sangat Rendah
2	36.01% - 52.00%	Buruk/Rendah
3	52.01% - 68.00%	Cukup Baik/Sedang
4	68.01% - 84.00%	Baik/Tinggi
5	84.01% - 100%	Sangat Baik/Sangat Tinggi

(Umi Narimawati (2007:85)

1.2.5.1.5 Analisis Verifikatif

Data yang telah dikumpulkan melalui kuisioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Oleh karena data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala interval melalui "*Methode of Successive Interval"* (Hays, 1969:39). Dan selanjutnya dilakukan analisis regresi korelasi serta determinasi.

1. Transformasi Data Ordinal Menjadi Interval

Adapun langkah-langkah untuk melakukan transformasi data ordinal menjadi interval adalah sebagai berikut:

a) Ambil data ordinal hasil kuesioner
b) Setiap pertanyaan, dihitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya
c) Menghitung nilai Z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulaif. Untuk data n > 30 dianggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal.
d) Menghitung nilai densititas untuk setiap proporsi komulatif dengan memasukan nilai Z pada rumus distribusi normal.
e) Menghitung nilai skala dengan rumus *Method Successive Interval*

$$\text{Means of Interval} = \frac{\textit{Density at Lower limit} - \textit{Density at Upper Limit}}{}$$

Area at Below Density Upper Limit – Area at Below LowerLimit

Dimana:

Means of Interval = Rata-Rata Interval

Density at Lower Limit = Kepadatan batas bawah

Density at Upper Limit = Kepadatan atas bawah

Area Under Upper Limit = Daerah di bawah batas atas

Area Under Lower Limit = Daerah di bawah batas bawah

f) Menentukan nilai transformasi (nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus : Nilai Transformasi = Nilai Skala + Nilai Skala Minimal + 1

Untuk mengetahui pengaruh antara Kualitas Pelayanan dan Keunggulan Bersaing terhadap Kepuasan Pelanggan, dalam hal ini adalah konsumen yang melakukan pembelian di rumah makan Thunder Chicken digunakan analisis regresi Berganda (*Multiple Regression*).

2. Analisis Regresi

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh beberapa variabel bebas atau independen variabel (X) terhadap satu variabel tidak bebas atau dependen variabel (Y) secara bersama-sama.

Persamaan Regresi Linier Berganda adalah:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 \ldots + \beta_n X_n + \varepsilon$$

Dimana :
Y = variabel dependen
X1, X2 = variabel independen
A = konstanta
β 1, β 2 = koefisien masing-masing faktor

Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel independen adalah Kualitas Pelayanan (X1) dan Keunggulan Bersaing (X_2), sedangkan variabel dependen adalah Kepuasan Pelanggan (Y), sehingga persamaan regresi berganda estimasinya.

$$Y = \alpha + \beta 1X1 + \beta\ 2X2 + e$$

Dimana:
Y = Kepuasan Pelanggan
α = Konstanta dari persamaan regresi
β1 = Koefisien regresi dari variable X_1, Kualitas Pelayanan
β2 = Koefisien regresi dari variable X_2, Keunggulan bersaing
X1 = Kualitas Pelayanan
X2 = Keunggulan Bersaing

3. Uji Asumsi Klasik

Untuk memperoleh hasil yang lebih akurat pada analisis regresi berganda maka dilakukan pengujian asumsi klasik agar hasil yang diperoleh merupakan persamaan regresi yang memiliki sifat *Best Linier Unbiased Estimator* (BLUE).Pengujian mengenai ada tidaknya pelanggaran asumsi-asumsi klasik merupakan dasar dalam model regresi linier berganda yang dilakukan sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis.

Beberapa asumsi klasik yang harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum menggunakan analisis regresi berganda (*multiple linear regression*) sebagai alat untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel yang diteliti, terdiri atas:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Asumsi normalitas merupakan persyaratan yang sangat penting pada pengujian kebermaknaan (signifikansi) koefisien regresi.Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik

b. Uji Heteroskedastitas

Menurut Gujarati (2005:406), situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien regresi menjadi tidak efisien dan hasil taksiran dapat menjadi kurang atau melebihi dari yang semestinya. Dengan demikian, agar koefisien-koefisien regresi tidak menyesatkan, maka situasi heteroskedastisitas tersebut harus dihilangkan dari model regresi.Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji *Rank Spearman* yaitu dengan mengkorelasikan masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual.Jika nilai koefisien korelasi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual *(error)* ada yang

signifikan, maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen).

4. Analisis Korelasi

Menurut Sujana (1989) dalam Umi Narimawati, Sri Dewi Anggadini, dan Linna Ismawati (2010:49) pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel x dan y, dengan menggunakan pendekatan koefisien korelasi Pearson dengan rumus:

$$r = \frac{n(\sum XiYi) - (\sum Xi)(\sum y)}{\sqrt{\{n(\sum Xi^2) - (\sum Xi)^2\} - \{n(\sum yi^2) - (\sum yi)^2\}}}$$

Dimana: $-1 \leq r \leq +1$

r = koefisien korelasi

x =Kualitas Pelayanan , Keunggulan bersaing

y = Kepuasan Pelanggan

n = jumlah responden

Ketentuan untuk melihat tingkat keeratan korelasi digunakan acuan pada Tabel 3.3 dibawah ini.

Tabel 3.3
Tingkat Keeratan Korelasi

0 – 0.20	Sangat rendah (hampir tidak ada hubungan)
0.21 – 0.40	Korelasi yang lemah
0.41 – 0.60	Korelasi sedang
0.61 – 0.80	Cukup tinggi

0.81 – 1	Korelasi tinggi

Sumber: Syahri Alhusin, 2003 : 157

5. Analisis Koefisien Determinasi

Persentase peranan semua variable bebas atas nilai variable bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2).Semakin besar nilainya maka menunjukkan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variable terikat. Hasil koefisien determinasi ini dapat dilihat dari perhitungan dengan Microsoft/SPSS atau secara manual didapat dari $R^2 = SS_{reg}/SS_{tot}$.

$$Kd = r^2 \, x100\%$$

Dimana:
d : Koefisien determinasi
r : Koefisien Korelasi

1.2.5.2 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keunggulan Bersaing terhadap Kepuasan Pelanggan di Thunder Chicken Bansong. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi dan korelasi.

Langkah – langkah dalam analisisnya sebagai berikut :

1. Uji Parsial (Uji T)

Melakukan uji-t, untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat hipotesis sebagai berikut :

Rumus uji t yang digunakan adalah :

$$thitung(x_{1,2}) = \frac{b_{1,2}}{se(b_{1,2})}$$

t_{hitung} diperoleh dari nilai koefisien regresi dibagi dengan nilai standar errornya.

a. Hipotesis

Ho_1. $\rho = 0$, Tidak terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Thunder Chicken Bansong.

H_{11}. $\rho \neq 0$, Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Thunder Chicken Bansong.

Ho_2. $\rho = 0$, Tidak terdapat pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Kepuasan Pelanggan di Thunder Chicken Bansong

H_{12}. $\rho \neq 0$,Terdapat pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Kepuasan Pelanggan di Thunder Chicken Bansong.

b. Kriteria pengujian

H_0 ditolak apabila t_{hitung}< dari t_{tabel}($\alpha = 0{,}10$)

Jika menggunakan tingkat kekeliruan ($\alpha = 0{,}01$) untuk diuji dua pihak, maka kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis yaitu sebagai berikut :

a. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penolakan, berarti Ha diterima artinya diantara variabel X dan variabel Y ada hubungannya.

b. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penerimaan, berarti Ha ditolak artinya antara variabel X dan variabel Y tidak ada hubungannya.

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan yaitu uji statistic bagi koefisien regresi yang serentak atau bersama- sama mempengaruhi Y. Uji ini menggunakan uji F menurut Hasan (2008) yaitu:

a. Rumus uji F yang digunakan adalah:

$$F = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2 (n - k - 1)}$$

Keterangan : n = jumlah sample

K = Jumlah variable bebas

R^2 = Koefisien determinasi

b. Hipotesis

Ho_1. $\rho i = 0$, Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Keunggulan Bersaing terhadap Kepuasan Pelanggan.

H_{11}. $\rho \neq 0$, Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Keunggulan Bersaing terhadap Kepuasan Pelanggan.

c. Kriteria pengujian

Ditentukan dengan 10% dari derajat bebas (dk) = n – k – 1, untuk menentukan tabel sebagai batas daerah penerimaan dan penolakan hipotesis. Tingkat signifikan yang digunakan adalah 0,1 atau 10% karena dinilai cukup untuk mewakili hubungan variabel- variabel yang diteliti dan merupakan tingkat signifikasi yang umum digunakan dalam suatu penelitian.

1) Pengujuan secara keseluruhan (simultan)

Hipotesis pada pengujian secara simultan ini adalah:

Ho : β1 β 0

Ha : sekurang-kurangnya terdapat sebuah $\beta \neq 0$

Rumus pengujian pada koefisien regresi secara keseluruhan (simultan) sebagaimana yang diungkapkan Gujarati (2004:258) adalah sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2 (n - k - 1)}$$

Untuk satu variabel bebas nila R^2 sama dengan r^2. Statistik uji di atas mengikuti F dengan derajat bebas db1 = k dan db2 = n – K – 1, dengan K adalah banyaknya parameter. Adapun kriteria uji hipotesisnya adalah:

- F hitung ≥ F tabel, dengan α 5 % m aka tolak Ho artinya signifikan
- F hitung ≤ F tabel, dengan α 5 % maka terima Ho artinya tidak signifikan