

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis dan pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Dengan demikian tidak mementingkan kedalaman data atau analisis melainkan lebih mementingkan aspek keluasan data sehingga data populasi hasil penelitian dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi. Tujuan dari penelitian kuantitatif untuk mengkonfirmasi data yang didapatkan dilapangan dengan teori yang ada.<sup>1</sup>

Penelitian ini bersifat deskriptif dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa kuesioner yang dibagikan kepada konsumen Rumah Makan Warung Kudusan yang beralamat di Jl. Kyai Mojo No. 72 Jepang Pakis Kudus. Tujuan dari metode survey deskriptif adalah untuk pengukuran secara cermat terhadap fenomena tertentu. Penelitian ini terdiri dari empat variabel yang terdiri dari dua variabel bebas yaitu kualitas pelayanan inti (X1) dan kualitas pelayanan perifer (X2), satu variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y), serta satu variabel moderator yaitu *Word of Mouth* (Z). Suatu penelitian bertujuan untuk membuat deskripsi baru atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta, sifat, serta hubungan antara fenomena yang akan diselidiki. Berdasarkan hal tersebut pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan inti dan kualitas pelayanan perifer berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dan sebagai variabel intervening pada WOM di Rumah Makan Warung Kudusan.

### B. Populasi dan Sampel

#### 1. Penentuan Populasi

Populasi berasal dari bahasa Inggris yaitu *population* yang berarti jumlah penduduk. Dalam metode penelitian, kata populasi sering kali dipakai untuk menyebutkan sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian. Populasi penelitian merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa

---

<sup>1</sup> M. Hariwijaya, *Metodologi dan Penulisan Skripsi, Tesis dan Desertasi* (Yogyakarta: Parama Ilmu, 2007), 73.

manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup dan sebagainya. Sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian.<sup>2</sup>

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek itu. Maka yang menjadi penelitian populasi adalah konsumen Rumah Makan Warung Kudusan.

## 2. Penentuan Sampel

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling*, yaitu metode sampling yang tidak memberi kesempatan atau peluang yang sama bagi setiap unsur atau populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan jenis *non probability sampling* yang digunakan adalah *accidental sampling*, yaitu teknik sampling berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.<sup>3</sup> Pada penelitian ini populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti, maka digunakan rumus:<sup>4</sup>

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

$$n = \frac{1,98^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,9204}{4,0,01}$$

$$n = \frac{3,9204}{0,04}$$

$$n = 98,01$$

(atau dibulatkan menjadi 100)

<sup>2</sup> Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*, (Jakarta: Kencana, 2013), 30.

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian*, (Bandung : Alfabeta, 2004), 87

<sup>4</sup> Wdiyanto Ibnu, *Metodologi Penelitian*, (Semarang : Badan Penerbit Undip, 2008),

Dimana,

$n$  = Jumlah Sampel

$Z$  = Tingkat *keyakinan* yang dibutuhkan penentuan sampel 95%

$Moe$  = *Margin of Error* , yaitu tingkat kesalahan maksimum yang dapat di toleransi, ditentukan sebesar 10%

Pihak yang menjadi sampel objek peneliti adalah konsumen dari Rumah Makan Warung Kudusan yaitu sebanyak 100 orang konsumen. Pemilihan konsumen secara keseluruhan sebagai sampel dilakukan dengan alasan dapat mewakili konsumen dari Rumah Makan Warung Kudusan secara keseluruhan.

## C. Teknik Pengumpulan dan Pengelolaan Data

### 1. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam sebuah penelitian, karena tujuan utama dari penelitian yaitu mendapatkan data. Penelitian ini menggunakan beberapa metode dalam pengumpulan data yaitu:<sup>5</sup>

#### a. Observasi

Observasi yaitu teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik bila dibandingkan dengan teknik lainnya, yaitu wawancara dan kuesioner. Jika teknik wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang saja tetapi juga objek-objek lainnya.

#### b. Angket atau Kuesioner

Kuesioner yaitu suatu teknik pengumpulan data yang dilakukakn dengan cara memberikan sekelompok pertanyaan atau suatu pernyataan tertulis kepada konsumen Rumah Makan Warung Kudusan untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien jika peneliti mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan responden.

Skala pengukuran untuk semua indikator pada masing-masing variabel menggunakan skala likert, yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan juga persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena dalam penelitian. Dengan skala likert, variabel yang akan diukur dapat dijabarkan menjadi indikator

---

<sup>5</sup> Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 214-223

variabel, dan kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item instrument yang dapat berupa pernyataan atau sebuah pertanyaan. Skala likert (skala 1 sampai dengan 5), dimulai dari: Sangat Tidak Setuju (STS), sampai dengan sangat setuju (SS). Skala pengukuran ini menyatakan bahwa jika nilainya semakin mendekati nilai 1 artinya semakin tidak setuju, sebaliknya jika semakin mendekati nilai 5 berarti semakin setuju. Secara visual bentuk pengukurannya dapat berupa gambar seperti berikut ini :<sup>6</sup>

**Tabel 3.1 Skala Likert Kuesioner**

Penilaian	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

## 2. Pengelolaan Data

Pengelolaan data merupakan bagian rangkaian kegiatan penelitian setelah dilakukannya kegiatan pengumpulan data. Data yang baru saja dikumpulkan disebut data mentah (*Raw data*) sehingga diperlukan untuk mengolah data tersebut sedemikian rupa sehingga menjadi informasi yang dapat digunakan untuk menjawab tujuan penelitian.<sup>7</sup> Setelah data yang diperoleh dari lapangan sudah terkumpul maka tahap selanjutnya adalah mengolah data. Berikut teknik yang digunakan untuk mengolah data dalam penelitian, yaitu:<sup>8</sup>

### a. Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, pengumpulan data merupakan faktor penting dimana peneliti tersebut menghasilkan sumber data yang berupa data primer yang diperoleh melalui penyebaran angket kepada konsumen Rumah Makan Warung Kudusan.

### b. Editing Data

Data yang sudah diperoleh kemudian diteliti kembali, agar dapat diketahui kelengkapan dari data, apakah data yang terkumpul sudah baik atau ada yang perlu diperbaiki.

<sup>6</sup> Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 153.

<sup>7</sup> Edi Supriyadi, *SPSS+Amos*, (Jakarta: IN MEDIA, 2014), 25-27.

<sup>8</sup> Edi Supriyadi, *SPSS+Amos*, 28

- c. *Coding*, yaitu pemberian angka-angka tertentu, proses identifikasi, dan klasifikasi data penelitian ke dalam skor angka atau karakter *symbol*.
- d. *Scoring*, penelitian ini juga ada pemberian skor, tahap ini berfungsi mengubah data yang bersifat kualitatif ke data yang kuantitatif. Pada tahap ini, skor yang digunakan adalah skala likert yaitu:
  - 1) Sangat setuju, skornya 5
  - 2) Setuju, skornya bernilai 4
  - 3) Netral, skornya bernilai 3
  - 4) Tidak Setuju, skornya bernilai 2
  - 5) Sangat tidak setuju bernilai 1
- e. *Tabulating*, yaitu pengelompokan data dan nilai dengan susunan yang teratur dalam bentuk tabel.

#### D. Jenis dan Sumber Data

Dalam suatu penelitian, jenis data yang digunakan adalah:<sup>9</sup>

##### 1. Data Primer

Yaitu data yang diperoleh secara langsung tanpa perantara dari sumber aslinya. Data primer yang ada dalam penelitian ini adalah hasil penyebaran angket atau kuesioner pada sampel yang telah dilakukan. Data primer adalah data asli, dari sumber tangan pertama (narasumber atau responden) konsumen Rumah Makan Warung Kudus. Data narasumber sangat diperlukan untuk mengetahui langsung tanggapan responden mengenai minat *Word of Mouth* yang dilihat dari kepuasan konsumen, kualitas pelayanan inti, dan kualitas pelayanan perifer.

##### 2. Data Sekunder

Yaitu sumber yang tidak langsung. Data sekunder dari penelitian ini diperoleh dari studi pustaka yang mendukung penulisan penelitian, serta diperoleh dari majalah, internet, dan berbagai literatur yang sesuai dengan penelitian ini. Data sekunder ini data yang diperoleh melalui jurnal ilmiah, buku, serta sumber lain yang berkaitan erat dengan topik yang pada akhirnya diangkat untuk dijadikan landasan teori dalam penelitian.

#### E. Variabel Penelitian

##### 1. Identifikasi Variabel

Identifikasi variabel merupakan salah satu tahapan yang penting dalam tahap pengenalan variabel yang sedang diteliti

---

<sup>9</sup> Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 213.

untuk memahami hubungan dan makna variabel lainnya.<sup>10</sup> Identifikasi variabel yang digunakan penelitian ini adalah sebagai berikut:<sup>11</sup>

- a. Variabel Independen (Variabel Bebas)  
Variabel independen adalah variabel stimulus atau variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel independen merupakan variabel yang dapat diukur, dimanipulasi, atau dipilih untuk menentukan hubungannya dengan suatu gejala yang diobservasi. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah kualitas pelayanan inti ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan perifer ( $X_2$ ).
- b. Variabel Dependen (Variabel Terikat)  
Variabel dependen adalah variabel yang memberikan reaksi atau respon jika dihubungkan dengan variabel bebas. Variabel terikat adalah variabel yang diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah kepuasan konsumen (Y).
- c. Variabel Moderator  
Variabel moderator adalah variabel bebas untuk menentukan apakah kehadirannya berpengaruh terhadap hubungan antara variabel Independen pertama dan variabel Dependen. Variabel moderator merupakan variabel yang diukur, dimanipulasi, atau dipilih oleh peneliti untuk mengetahui apakah variabel tersebut mengubah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel moderator adalah *Word of Mouth* (Z).

## 2. Operasional Variabel

Definisi operasional adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat hal didefinisikan yang dapat diamati (diobservasi). Konsep yang dapat diobservasi merupakan hal yang sangat penting, karena hal yang dapat diobservasi itu membuka kemungkinan bagi orang lain, selain peneliti sendiri untuk dilaksanakan, sehingga apa yang dilakukan oleh peneliti terbuka untuk diuji kembali oleh orang lain.<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 26.

<sup>11</sup> Jonathan, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, 54 – 55.

<sup>12</sup> Eri Barlian, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Padang: Sukabina Press, 2016), 129.

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel	Definisi	Indikator	Instrumen
1	Kualitas pelayanan inti ( $X_1$ )	Kualitas pelayanan inti merupakan penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh suatu perusahaan jasa yang berhubungan langsung dengan konsumen dalam suatu bentuk yang nyata. Dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan yang diberikan Warung Kudus yang berhubungan langsung kepada konsumen Warung Kudus. <sup>13</sup>	1. Bukti fisik ( <i>tangibles</i> ) 2. Keandalan ( <i>reliability</i> ) 3. Ketanggapan ( <i>responsiveness</i> ) 4. Jaminan dan kepastian ( <i>assurance</i> ) 5. Empati ( <i>emphaty</i> )	1. Tempat yang klasik, unik, dan menyenangkan 2. Ketersediaan semua menu 3. Ketanggapan karyawan dalam mengatasi komplain dari konsumen 4. Kecepatan pelayanan pemesanan makanan dan minuman 5. Kecepatan respon karyawan ketika konsumen membutuhkan sesuatu 6. Ketepatan pemesanan 7. Karyawan memiliki perhatian yang tinggi terhadap permintaan konsumen 8. Kerapian seragam dan penampilan karyawan 9. Karyawan menguasai <i>Product knowledge</i> 10. Pelayanan yang tidak membeda-

<sup>13</sup> Fitria Puspitasari dan Suryono Budi Santoso, *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Inti Dan Kualitas Layanan Periferal Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Undip Semarang)*, Jurnal Studi Manajemen & Organisasi, No. 2 (2013): 155.

				bedakan
2	Kualitas pelayanan perifer (X <sub>2</sub> )	Penilaian konsumen terhadap suatu kualitas yang menyebabkan suatu jasa menjadi pilihan dan menjadi kualitas pendukung dari kualitas inti. Dalam penelitian ini, yang dimaksudkan adalah fasilitas pendukung yang disediakan oleh pihak Warung Kudus. <sup>14</sup>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fasilitas (<i>facility</i>)</li> <li>2. Lokasi (<i>location</i>)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tempat parkir yang luas</li> <li>2. Terdapat mushola</li> <li>3. Terdapat toilet</li> <li>4. <i>Meeting room</i></li> <li>5. Penyewaan baju adat jawa dan baju adat kudus</li> <li>6. Foto studio</li> <li>7. Akses parkir yang mudah</li> <li>8. Lokasi mudah dijangkau</li> </ol>
3	Kepuasan konsumen (Y)	Tingkat perasaan senang atau kecewa konsumen setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan apa yang diharapkan. Dalam penelitian ini, kepuasan konsumen yang dirasakan setelah berkunjung di Warung Kudus. <sup>15</sup>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kepuasan general atau keseluruhan</li> <li>2. Konfirmasi harapan</li> <li>3. Perbandingan dengan situasi ideal</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kepuasan terhadap pelayanan</li> <li>2. Pelayanan sudah sesuai dengan harapan</li> <li>3. Pelayanan tidak kalah dengan tempat lain</li> </ol>

<sup>14</sup> Ajhiyang Pangandel Triupayanto, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Inti Dan Kualitas Pelayanan Perifer Melalui Kepuasan Konsumen Pada Minat Mereferensikan Jasa Pengguna Lapangan Futsal (Studi Kasus Pada Seluruh konsumen Pengguna Jasa Lapangan Futsal KNIGHT Futsal Center)*, Diponegoro Journal Of Management, No. 1 (2012): 50.

<sup>15</sup> Daryanto, Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Gava Media), 139.

4	<i>Word of Mouth</i> (WOM)	Suatu komunikasi personal antara satu orang dengan yang lainnya tentang jasa atau produk yang dapat bersifat positif maupun negatif sehingga mampu mempengaruhi kepuasan. <sup>16</sup>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Selalu merekomendasikan</li> <li>2. Selalu menceritakan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Selalu merekomendasi Warung Kudus kepada keluarga, Teman, dan orang lainnya</li> <li>2. Selalu menceritakan Warung Kudus kepada keluarga, teman, dan orang lain</li> </ol>
---	----------------------------	---	--	--




---

<sup>16</sup> Fitri Aprilia, dkk., *Pengaruh Word of Mouth Terhadap Minat Berkunjung (Survei pada Pengunjung Tempat Wisata Jawa Timur Park 2 Kota Batu)*, Jurnal Administrasi, Bisnis, No. 1 (2015): 3.

## F. Reliabilitas instrumen

Sebelum data diolah dan di analisis, maka terlebih dahulu harus dilakukan pengujian guna untuk mengetahui kesungguhan para responden Rumah Makan Warung Kudus dalam menjawab pertanyaan. Pengujian tersebut adalah pengujian validitas dan pengujian reliabilitas. Pengujian validitas dan reliabilitas menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*). Data yang diperoleh dalam penelitian ini perlu dianalisis lebih lanjut agar dapat ditarik suatu kesimpulan yang tepat, maka keabsahan dalam penelitian ini sangat ditentukan oleh alat ukur variabel yang akan diteliti. Untuk itu dalam penelitian ini akan dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas, dengan penjelasan sebagai berikut:

### 1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji instrumen data yang digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Item dapat dikatakan valid jika adanya korelasi yang signifikan dengan skor totalnya, hal ini menunjukkan adanya dukungan item tersebut dalam mengungkap suatu yang ingin diungkap. Item biasanya berupa pertanyaan atau pernyataan yang ditujukan kepada responden dengan menggunakan bentuk kuesioner dengan tujuan untuk mengungkap sesuatu. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan rumus Korelasi *Pearson* (*Korelasi Product Moment*). Sebuah instrument dikatakan valid jika  $r$  tabel lebih besar dari 0,05.<sup>17</sup>

### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner, maksudnya yaitu apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan (seperti skala Likert 1-5) adalah *Cronbach Alpha*. Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja. Suatu alat ukur dapat disebut reliabel jika mempunyai nilai *Cronbach Alpha*  $\geq 0,6$  dan sebaliknya jika nilai *Cronbach Alpha*  $< 0,6$  maka instrument tidak reliabel.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi* (Ponorogo: WADE Group, 2016), 65.

<sup>18</sup> Rochmat, *Analisis Statistik Ekonomi*, 79.

## G. Teknik Analisis Data

Setelah data yang terkumpul, maka langkah selanjutnya yaitu mengolah data tersebut. Dalam penelitian ini, analisis data yang akan digunakan yaitu dengan metode kuantitatif. Dimana peneliti akan berusaha menekankan analisisnya pada data yang diolah dengan metode statistik, kemudian hasilnya akan disajikan secara sistematis, sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami dan disimpulkan, kemudian data hasil pengolahan statistik akan dijabarkan secara deskriptif. Analisis data akan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*). Analisis ini dilakukan dengan beberapa tahapan sebagai berikut:

### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan menganalisa data dengan cara menggambarkan data yang sudah terkumpul dengan apa adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.<sup>19</sup> Statistik deskriptif memberikan gambaran suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness (kemencengan distribusi).<sup>20</sup> Analisis data deskriptif yang dilakukan dalam penelitian ini adalah mengelompokkan frekuensi hasil data para responden, yaitu umur, jenis kelamin, pendidikan dan pekerjaan, lalu analisis indeks jawaban responden mengenai masing-masing variable penelitian

### 2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dapat digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya normalitas residual, multikolinearitas, dan heteroskedastis pada model regresi. Model regresi linier dapat juga disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi beberapa asumsi klasik yaitu data residual terdistribusi normal, tidak adanya multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas. Asumsi klasik **harus** terpenuhi agar diperoleh model regresi dengan estimasi yang tidak bias dan pengujian dapat dipercaya. Apabila ada salah satu syarat yang tidak terpenuhi, maka hasil analisis regresi tidak dapat dikatakan bersifat BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*).<sup>21</sup> Uji asumsi klasik meliputi:

---

<sup>19</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2004), 124.

<sup>20</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2014), 23.

<sup>21</sup> Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi*, 107.

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.<sup>22</sup> Model regresi yang baik adalah model yang memiliki distribusi data normal atau yang mendekati normal. Data yang baik adalah data yang bebas dari bias dan berdistribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan menggunakan analisis grafik dan uji statistik.

Sedangkan dalam uji statistik, untuk menguji normalitas residual dalam penelitian ini normalitas residualnya adalah kualitas pelayanan Rumah Makan Warung Kudus, sedangkan yang dimaksud dengan normalitas residual adalah dengan menggunakan uji statistik sederhana dan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Uji ini penting dalam penelitian karena dapat mengetahui apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi yang normal. Jika uji asumsi ini dilanggar maka menyebabkan uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel yang kecil. Uji normalitas adalah suatu cara untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidaknya data tersebut. Tingkat kesalahan ( $\alpha$ ) yang digunakan adalah maksimal sebesar 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Penarikan kesimpulan dilakukan dengan ketentuan, jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka data terdistribusi secara normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi  $\leq 0,05$ , maka data tidak terdistribusi secara normal.<sup>23</sup>

Kriteria pengujian:

- 1) Tolak  $H_0$  apabila nilai Standarisasi Z Skewness dan Kurtosis  $>$  nilai kritis  $\pm 1,96$  (nilai kritis untuk  $\alpha 0,05$ ) berarti nilai residual terstandarisasi distribusi sampel tidak normal.
- 2) Terima  $H_0$  apabila nilai Standarisasi Z Skewness dan Kurtosis  $<$  nilai kritis  $\pm 1,96$  (nilai kritis untuk  $\alpha 0,05$ )

---

<sup>22</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 160.

<sup>23</sup> Asnawi Dkk, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, (Malang: UIN Malkiki Press, 2009), 197.

berarti nilai residual terstandarisasi distribusi sampel normal (Suliyanto, 2011)

#### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah suatu kondisi dimana terjadi korelasi atau hubungan yang kuat diantara variabel bebas yang diikutsertakan dalam pembentukan model regresi linier (Lupiyoadi, 2013). Kriteria pengujian multikolinieritas dilakukan dengan cara:

- 1) Hipotesis:
  - Jika nilai VIF  $> 10$  maka ada gejala multikolinieritas
  - Jika nilai VIF  $< 10$  maka tidak ada gejala multikolinieritas
- 2) Kriteria pengujian:
  - Jika nilai tolerance  $< 0,1$  maka ada gejala multikolinieritas
  - Jika nilai tolerance  $> 0,1$  maka tidak ada gejala multikolinieritas
- 3) Pengujian multikolinieritas dilakukan melalui program SPSS
- 4) Menentukan kesimpulan dengan membandingkan hasil uji VIF dan toleransi pada masing-masing variabel.<sup>24</sup>

#### c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau sama, maka disebut homoskedastisitas. Regresi yang baik seharusnya terjadi homoskedastisitas dan tidak terjadi heteroskedastisitas. Salah satu asumsi yang harus dipenuhi yaitu agar taksiran parameter dalam model regresi bersifat BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*) maka varian ( $u$ ) harus sama dengan (konstanta). Sedangkan bila varian tidak konstan atau berubah-ubah disebut dengan heteroskedastisitas.<sup>25</sup> Penelitian ini menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada data dengan metode

<sup>24</sup> Rochmat, *Analisis Statistik Ekonomi*, 116.

<sup>25</sup> Nochrowi Djalal dan Hadinus Usman, *Pendekatan Populer dan Praktis Ekonometrika untuk Analisis Ekonomi dan Keuangan*, (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2006), 109

grafik (melihat pola titik-titik pada grafik regresi).<sup>26</sup> Dasar penggunaan kriteria dalam pengambilan keputusan yaitu:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3. Uji Analisis Regresi

#### a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan linear antara dua variabel atau lebih variabel bebas dengan satu variabel terikat. Hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ ) dengan variabel terikat ( $Y$ ). Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel terikat mengalami kenaikan atau penurunan.<sup>27</sup>

Persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y_1 = b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y_2 = b_3X_1 + b_4X_2 + b_5Y_1$$

Keterangan:

$Y_1$  = Kepuasan konsumen

$Y_2$  = Minat *Word of Mouth*

$X_1$  = Kualitas pelayanan inti

$X_2$  = Kualitas pelayanan perifer

$b_{1...5}$  = Koefisien Regresi

#### b. Moderated Regression Analysis (MRA)

Moderated Regression Analysis (MRA) atau disebut uji interaksi merupakan aplikasi khusus regresi berganda linear dimana dalam persamaan regresinya mengandung

<sup>26</sup> Rochmat, *Analisis Statistik Ekonomi*, 125

<sup>27</sup> Rochmat, *Analisis Statistik Ekonomi*, 161.

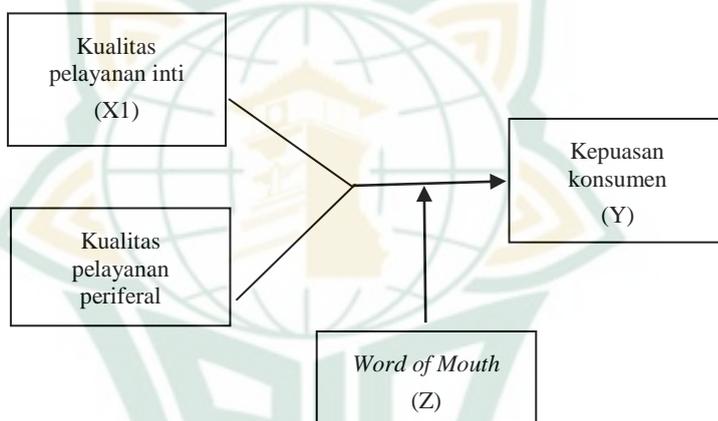
unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen) dengan rumus persamaan sebagai berikut:

$$Y = a_1 + b_1X_1 + b_4X_3 + b_5X_1X_3 + e_1$$

$$Y = a_2 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_6X_2X_3 + e_2$$

Jika variabel  $X_3$  atau  $Z$  merupakan variabel *moderating*, maka koefisien  $b_5$  dan  $b_6$  harus signifikan pada  $\alpha$  (tingkat signifikansi yang ditentukan).<sup>28</sup>

**Gambar 3.1 Model Hubungan Regresi dengan Variabel Moderating**



**4. Uji Statistik**  
**a. Uji Statistik t**

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh kualitas pelayanan inti dan kualitas pelayanan perifer yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen dan minat *Word of Mouth*. Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:<sup>29</sup>

Hipotesis 1 (H1)

- $H_0 : \beta = 0$  (kualitas pelayanan inti tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan)

<sup>28</sup> Lie Liana, *Penggunaan MRA dengan Spss untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating terhadap Hubungan antara Variabel Independen dan Variabel Dependen,*” Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK 14, No. 2 (2009): 93-94.

<sup>29</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi analisis multivariat dengan program IBM SPSS 19,* (Semarang: BPUD, 2011), 97.

- $H_{a1} : \beta > 0$  (kualitas pelayanan inti berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan)

Hipotesis 2 (H2)

- $H_0 : \beta = 0$  (kualitas pelayanan inti tidak berpengaruh terhadap minat Word of Mouth)
- $H_{a2} : \beta > 0$  (kualitas pelayanan inti berpengaruh positif terhadap minat Word of Mouth)

Hipotesis 3 (H3)

- $H_0 : \beta = 0$  (kualitas pelayanan periferal tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan)
- $H_{a3} : \beta > 0$  (kualitas pelayanan periferal berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan)

Hipotesis 4 (H4)

- $H_0 : \beta = 0$  (kualitas pelayanan periferal tidak berpengaruh terhadap minat Word of Mouth)
- $H_{a4} : \beta > 0$  (kualitas pelayanan periferal berpengaruh positif terhadap minat Word of Mouth)

Hipotesis 5 (H5)

- $H_0 : \beta = 0$  (kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap minat Word of Mouth)
- $H_{a5} : \beta > 0$  (kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap minat Word of Mouth)

Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Apabila  $t_{tabel} > t_{hitung}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- 2) Apabila  $t_{tabel} < t_{hitung}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi

- 1) Apabila angka probabilitas signifikansi  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- 2) Apabila angka probabilitas signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

#### b. Uji $R^2$ (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel kepuasan konsumen Warung Kudus. Nilai  $R^2$  memiliki rentang antara 0 dan 1. Jika  $R^2 = 0$ , berarti kemampuan kualitas pelayanan inti dan kualitas pelayanan periferal dalam menjelaskan kepuasan konsumen dan minat *Word of Mouth* sangat terbatas. Namun apabila jika

$R^2 = 1$  berarti kemampuan kualitas pelayanan inti dan kualitas pelayanan periferal memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi kepuasan konsumen dan minat *Word of Mouth*. Dapat disimpulkan semakin besar nilai  $R^2$  (mendekati 1) semakin baik garis regresi yang terbentuk untuk menjelaskan dependen.<sup>30</sup>

**c. Uji Statistik f**

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah kualitas pelayanan inti dan kualitas pelayanan periferal yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen dan minat *Word of Mouth*. Hipotesis yang digunakan adalah:

Model 1:

- $H_0 = 0$ , artinya kualitas pelayanan inti dan kualitas pelayanan periferal secara bersama-sama tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.
- $H_a > 0$ , artinya kualitas pelayanan inti dan kualitas pelayanan periferal secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Model 2:

- $H_0 = 0$ , artinya kualitas pelayanan inti, kualitas pelayanan periferal dan kepuasan konsumen secara bersama-sama tidak berpengaruh positif terhadap minat *Word of Mouth*
- $H_a > 0$ , artinya kualitas pelayanan inti, kualitas pelayanan periferal dan kepuasan konsumen secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap minat *Word of Mouth*

Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Apabila probabilitas signifikansi  $> 0.05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
- 2) Apabila probabilitas signifikansi  $< 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel:

Apabila F tabel  $> F$  hitung, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

Apabila F tabel  $< F$  hitung, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

---

<sup>30</sup> Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*, 97-98.