

### **III. Metode Penelitian**

#### **3.1. Metode Pengumpulan Data**

1. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2014:200) adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder ini bersifat mendukung data primer dalam penelitian ini.

2. Data Primer

Data Primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti. Menurut Sugiyono (2014: 200) yang menyatakan bahwa sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data primer langsung dari responden konsumen atau member berlangganan maupun member percobaan (trial) Rockstar Gym cabang Lippo Mall Puri. Penelitian ini dilakukan di wilayah Lippo Mall Puri - Jakarta Barat .

#### **3.2. Metode Analisis Data**

1. Evaluasi model pengukuran (*outer model*)

Menurut Hartono dan Abdillah (2015: 58) pengujian *outer model* berfungsi untuk menguji validitas konstruk dan reliabilitas instrumen. *Outer model* digunakan untuk melihat bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya. Untuk mengetahui apakah yang telah dirumuskan valid dan reliabel, berikut adalah penjelasan tentang uji validitas dan reliabilitas:

1. Uji Validitas Instrumen

Menurut Sugiyono (2013:133) Uji validitas adalah alat ukur yang dianggap valid apabila tingkat ketelitian dan ketepatan pengukuran dapat diandalkan dan digunakan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur (kuesioner) mengukur apa yang diinginkan. Instrumen ditentukan dengan mengoleksi nilai yang diperoleh pada setiap butir pernyataan atau skor total. Skor total adalah jumlah dari semua skor pernyataan. Dengan demikian ini kevaliditasan penelitian yang dibuat dalam bentuk pernyataan sebarakan kepada pelanggan di Rumah Makan Bebek Kaleyo Cabang Cempaka Putih sebagai sampel penelitian. Data yang diperoleh ditabulasikan dan dilakukan analisis faktor dengan metode *construct validity* dengan menggunakan metode korelasi sederhana. Instrumen penelitian dikatakan valid (akurat) untuk penelitian jika nilai koefisien korelasi lebih besar atau sama dengan 0,30 dan sebaliknya jika nilai koefisien korelasi lebih kecil dari 0,30 maka instrumen penelitian dikatakan tidak valid.

2. Uji Realibilitas Instrumen

Menurut Sugiyono (2016:136) Uji realibilitas instrumen dilakukan terhadap butir pernyataan yang sudah valid. Pengujian realibilitas instrumen dimaksudkan untuk memastikan bahwa instrumen memiliki konsistensi sebagai alat ukur sehingga tingkat kehandalan dapat menunjukkan hasil yang konsisten. Pengujian realibilitas pada penelitian ini menggunakan *internal consistency*, yaitu mencobakan instrumen sekali saja kemudian diukur menggunakan koefisien cronbach alpha, jika koefisien alpha lebih besar dari 0,60 maka dinyatakan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah handal. Pengujian realibilitas dilakukan dengan *internal consistency* dengan teknik belah dua (*split half*) yang dianalisis menggunakan rumus Spearman Brown.

Uji Hipotesis digunakan untuk menjelaskan arah hubungan antara variable independent dan variable dependennya. Pengujian ini dilakukan dengan cara analisis jalur atas model yang telah dibuat.

Untuk melihat hasil uji hipotesis secara simultan atau Bersama sama dapat dilihat nilai path coefficient dan p-values dalam total effects hasil dari pengolahan data variable secara simultan. (Ghozali, 2014:40).

1. Pengujian Hipotesis secara Parsial
  - a. Uji pengaruh  $X_1$  terhadap Y  
 $H_0 : \beta_{YX_1} = 0$  : Tidak ada pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen  
 $H_a : \beta_{YX_1} \neq 0$  Ada pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen
  - b. Uji pengaruh  $X_2$  terhadap Y  
 $H_0 : \beta_{YX_2} = 0$  : Tidak ada pengaruh langsung Fasilitas terhadap kepuasan konsumen  
 $H_a : \beta_{YX_2} \neq 0$  Ada pengaruh langsung fasilitas terhadap kepuasan konsumen
  - c. Uji pengaruh  $X_3$  terhadap Y  
 $H_0 : \beta_{YX_3} = 0$  : Tidak ada pengaruh langsung Promosi terhadap kepuasan konsumen.  
 $H_a : \beta_{YX_3} \neq 0$  Ada pengaruh langsung promosi terhadap kepuasan konsumen.

Suatu hipotesis diterima atau ditolak secara statistic dapat dihitung melalui tingkat signifikannya. Tingkat signifikansinya dapat dipakai dalam penelitian ini sebesar 5%. Apabila tingkat signifikansinya sebesar 5%, maka tingkat signifikansinya atau tingkat kepercayaannya 0,05 untuk menolak suatu hipotesis.

Dalam penelitian ini ada kemungkinan mengambil keputusan yang salah sebesar 5% dan kemungkinan mengambil keputusan yang besar sebesar 95 %. Berikut digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan, yaitu:

p-value > 0,50 : maka Hipotesis diterima

p-value  $< 0,50$  : maka Hipotesis ditolak.

p-value yaitu probability value (nilai probabilitas atau nilai peluang) yang menunjukan peluang sebuah data untuk di generalisasikan dalam populasi yaitu keputusan yang salah sebesar 5% dan benar sebesar 95%.

2. Pengujian Hipotesis secara Simultan

$H_0 : p_1, p_2, p_3 = 0$  (secara simultan tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan, fasilitas dan promosi terhadap kepuasan konsumen).

$H_a : p_1, p_2, p_3 \neq 0$  (secara simultan terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan, fasilitas dan promosi terhadap kepuasan konsumen).

Untuk menguji pengaruh perubahan variable terikat secara simultan, dilihat dari nilai signifikan,  $f$  dibandingkan dengan taraf nyata ( $\alpha$ ) yang digunakan sebesar ( $5\% = 0,05$ ) untuk menentukan daerah kritis. Kriteria:

$H_0$  ditolak, jika signifikan  $f < 0,05$

$H_0$  diterima, jika signifikan  $f \leq 0,0$