

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif. Sugiyono, (2013) menjelaskan bahwa “Metode penelitian kuantitatif adalah pendekatan yang didasarkan pada filsafat positivisme dan digunakan untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu melalui perolehan data dengan alat penelitian serta analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Tipe penelitian yang diterapkan meliputi penelitian deskriptif dan asosiatif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran yang sistematis dan faktual mengenai keadaan variabel yang diteliti, yang mencakup kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Di sisi lain, penelitian asosiatif bertujuan untuk memahami hubungan serta dampak antara variabel independen dan variabel dependen.

Pendekatan kuantitatif dipilih karena fokus penelitian ini adalah untuk menguji hipotesis terkait pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara objektif dan terukur. Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana, disebabkan oleh keterlibatan satu variabel independen dan satu variabel dependen. Metode ini bertujuan untuk mengetahui arah dan besarnya dampak kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam konteks statistik.

3.2 Objek Penelitian

Objek yang diteliti dalam penelitian ini meliputi segala hal yang menjadi perhatian utama guna mendapatkan informasi yang sesuai dengan tujuan penelitian. Untuk penelitian kali ini, objek yang menjadi perhatian adalah kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan konsumen di Kantin Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung.

Penelitian ini memfokuskan dua variabel penting, yaitu kualitas pelayanan sebagai variabel independen (X) dan tingkat kepuasan konsumen sebagai variabel dependen (Y). Dalam konteks penelitian ini, kualitas pelayanan dipahami sebagai pandangan konsumen mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh staf kantin selama proses penyajian makanan dan minuman. Penilaian kualitas pelayanan diukur berdasarkan lima dimensi utama, yaitu tampilan fisik, keandalan, responsivitas, jaminan, dan empati. Di sisi lain, tingkat kepuasan konsumen mencerminkan perasaan konsumen setelah membandingkan ekspektasi mereka dengan hasil pelayanan yang diterima. Dalam penelitian ini, kepuasan konsumen dinilai melalui indikator kepuasan secara umum, keselarasan dengan harapan, dan ketertarikan untuk melakukan pembelian selanjutnya.

Lingkup penelitian ini terbatas pada konsumen yang melakukan transaksi di Kantin Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung selama waktu penelitian berlangsung. Penelitian ini tidak menyentuh pada aspek harga, kualitas produk, atau promosi, tetapi lebih menitikberatkan pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Dengan demikian, fokus penelitian ini secara jelas diarahkan untuk menganalisa hubungan serta besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam konteks pelayanan kantin di lingkungan institusi pendidikan.

3.3 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kantin Yayasan Pendidikan Al-Aitaam yang terletak di Jalan Aceng Sali Al-Aitaam No. 1 Ciganitri, Desa Cipagalo, Kecamatan Bojongsoang, Kabupaten Bandung. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada alasan akademik dan praktis yang berkaitan dengan fokus penelitian, yaitu dampak kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Secara akademis, kantin yayasan merupakan unit layanan jasa yang berinteraksi langsung dengan konsumen setiap hari, sehingga sangat cocok untuk mengeksplorasi variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Karakteristik konsumen di lingkungan pendidikan memiliki ciri yang berbeda

dibandingkan dengan sektor komersial secara umum, yang menjadikannya menarik untuk diteliti dalam konteks manajemen pemasaran jasa.

Selain itu, pemilihan lokasi juga didukung oleh kemudahan akses dan keterlibatan peneliti dalam kegiatan operasional kantin. Peneliti yang bekerja di area kantin Yayasan Pendidikan Al-Aitaam memiliki wawasan kontekstual mengenai sistem pelayanan yang diterapkan serta dinamika interaksi antara petugas dan konsumen. Kondisi ini menimbulkan minat untuk mengkaji secara ilmiah sejauh mana kualitas pelayanan yang disediakan berdampak pada tingkat kepuasan konsumen.

Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya memiliki *relevansi* teoritis, tetapi juga memberikan nilai praktis untuk peningkatan kualitas pelayanan di kantin yayasan. Waktu pelaksanaan penelitian direncanakan berlangsung dari 03 Februari hingga 10 Juli 2026, yang mencakup tahap penyusunan alat penelitian, pengumpulan data melalui distribusi kuesioner, pengolahan data, dan penyusunan laporan hasil penelitian.

3.4 Variabel dan Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian merupakan atribut atau karakteristik dari suatu objek yang memiliki variasi tertentu untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel utama, yaitu kualitas pelayanan sebagai variabel independen (X) dan kepuasan konsumen sebagai variabel dependen (Y).

3.4.1 Variabel Independen (X) Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dalam penelitian ini mengacu pada model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988, sebagaimana dikutip dalam Wardhana, 2024) kualitas pelayanan merupakan tingkat kesenjangan antara harapan konsumen dengan pelayanan yang benar-benar diterima, yang diukur melalui lima dimensi utama. Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan diartikan sebagai persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Kantin Yayasan Pendidikan

Al-Aitaam Bandung. Pengukuran kualitas pelayanan dilakukan berdasarkan lima dimensi SERVQUAL, yaitu:

1. Bukti Fisik (*Tangibles*), yaitu kondisi fasilitas fisik, kebersihan, kelengkapan peralatan, serta penampilan karyawan kantin.
2. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan kantin dalam memberikan pelayanan secara tepat, akurat, dan sesuai dengan yang dijanjikan.
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*), yaitu kesediaan dan kecepatan karyawan dalam membantu konsumen serta memberikan pelayanan.
4. Jaminan (*Assurance*), yaitu pengetahuan, kesopanan, serta kemampuan karyawan dalam menumbuhkan rasa aman dan kepercayaan kepada konsumen.
5. Empati (*Empathy*), yaitu perhatian, kepedulian, dan kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan setiap konsumen.

Kelima dimensi tersebut digunakan sebagai indikator untuk mengukur variabel kualitas pelayanan berdasarkan persepsi konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh Kantin Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung.

3.4.2 Variabel Dependen (Y) Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen dalam penelitian ini mengacu pada pendapat Kotler dan Keller (2016, sebagaimana dikutip dalam Mujito *et al.*, 2026) yang menyatakan bahwa kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya. Dalam penelitian ini, kepuasan konsumen diukur melalui lima indikator, yaitu:

1. Kepuasan secara keseluruhan.
2. Kesesuaian harapan.
3. Kepuasan terhadap produk.
4. Minat pembelian ulang (*repurchase intention*).
5. Kesediaan merekomendasikan kepada orang lain (*word of mouth*).

Indikator kepuasan secara keseluruhan, kesesuaian harapan, dan kepuasan terhadap produk mengacu pada konsep kepuasan konsumen menurut Kotler dan Keller (2016, sebagaimana dikutip dalam Mujito *et al.*, 2026), sedangkan indikator minat pembelian ulang dan kesediaan merekomendasikan mengacu pada penelitian Zeithaml, Berry, dan Parasuraman (1996), sebagaimana dikutip dalam Wardhana, (2024) yang menjelaskan bahwa konsumen yang puas cenderung melakukan pembelian ulang dan memberikan rekomendasi positif kepada orang lain.

3.4.3 Skala Pengukuran

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert, yang berfungsi untuk menilai persepsi, sikap, dan penilaian para responden mengenai kualitas pelayanan serta kepuasan konsumen. Skala Likert adalah alat ukur yang diterapkan untuk mengevaluasi sikap, pandangan, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial tertentu. Seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono, (2013), “Skala Likert berguna untuk menilai variabel penelitian yang dirinci menjadi indikator-indikator, kemudian indikator tersebut menjadi dasar untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan.”

Pemilihan Skala Likert dalam penelitian ini didasarkan pada sifat abstrak dari variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, yang berkaitan secara langsung dengan pandangan subjektif dari para responden. Karena itu, diperlukan suatu skala yang dapat mengukur sejauh mana para responden setuju dengan pernyataan yang diberikannya dengan cara yang sistematis dan terencana. Skala yang digunakan terdiri dari lima kategori jawaban, yaitu:

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Cukup/Ragu-ragu
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

Pemilihan lima kategori skala bertujuan untuk memberikan variasi jawaban yang cukup bagi responden tanpa menimbulkan kebingungan, serta memungkinkan data dianalisis secara kuantitatif menggunakan teknik statistik seperti regresi linear sederhana.

3.4.4 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel adalah tahap untuk merinci variabel penelitian ke dalam indikator-indikator yang dapat diukur secara nyata. Tujuannya adalah agar konsep-konsep yang bersifat abstrak, seperti kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, bisa diukur dengan menggunakan alat penelitian seperti kuesioner. Dalam penelitian ini, variabel kualitas pelayanan diuraikan berdasarkan lima aspek dari *SERVQUAL*, yaitu penampilan fisik, keandalan, responsivitas, jaminan, dan empati. Setiap aspek tersebut kemudian diturunkan menjadi sejumlah indikator yang disesuaikan dengan kondisi di Kantin Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung.

Sementara itu, variabel kepuasan konsumen diurai menjadi beberapa indikator yang mencerminkan tingkat kepuasan secara keseluruhan, sejauh mana sesuai dengan harapan, niat untuk membeli lagi, serta keinginan untuk merekomendasikan. Detail mengenai operasionalisasi variabel dalam kajian ini disajikan dalam tabel berikut.:

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	No. Item	Skala
Kualitas Pelayanan (X)	Bukti Fisik (Tangibles)	<u>Kebersihan fasilitas kantin</u>	1	Likert
		<u>Kebersihan peralatan makan/minum</u>	2	Likert
		<u>Penampilan karyawan</u>	3	Likert
		<u>Kelengkapan fasilitas pendukung</u>	4	Likert
		<u>Kebersihan lingkungan kantin</u>	5	Likert
	Keandalan (Reliability)	<u>Kesesuaian pesanan</u>	6	Likert
		<u>Konsistensi pelayanan</u>	7	Likert
		<u>Ketepatan penyajian pesanan</u>	8	Likert
		<u>Konsistensi pelayanan setiap kunjungan</u>	9	Likert
	Daya Tanggap (Responsiveness)	<u>Kecepatan pelayanan</u>	10	Likert
		<u>Ketanggapan terhadap keluhan</u>	11	Likert
		<u>Kecepatan membantu konsumen</u>	12	Likert
		<u>Kesediaan membantu konsumen</u>	13	Likert
	Jaminan (Assurance)	<u>Sikap sopan dan ramah</u>	14	Likert
		<u>Rasa aman dan nyaman</u>	15	Likert

Kepuasan Konsumen (Y)	Empati (Empathy)	Pengetahuan karyawan tentang menu	16	Likert
		Keamanan makanan dan minuman	17	Likert
		Perhatian kepada konsumen	18	Likert
		Pelayanan tanpa membedakan konsumen	19	Likert
		Kesesuaian jam operasional	20	Likert
	Kepuasan terhadap produk	Kepuasan keseluruhan	21	Likert
		Kepuasan terhadap pelayanan	22	Likert
		Pelayanan sesuai harapan	23	Likert
		Kepuasan terhadap makanan dan minuman	24	Likert
		Minat pembelian ulang	25	Likert
Kesesediaan merekomendasikan	Kesediaan merekomendasikan	Bersedia kembali membeli	24	Likert
		Bersedia merekomendasikan kepada orang lain	25	Likert

Sumber : Peneliti

3.5 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

3.5.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2013), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Dengan demikian, populasi tidak hanya berkaitan dengan jumlah objek atau subjek penelitian, tetapi juga mencakup karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah seluruh warga Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung yang berpotensi menjadi konsumen kantin, terdiri atas karyawan atau staf, siswa SMP, dan mahasiswa angkatan 2022–2025. Berdasarkan data administratif yang diperoleh dari Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung, jumlah keseluruhan populasi adalah 1.826 orang. Perincian jumlah populasi tersebut disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 3. 2 Populasi Penelitian

No.	Kelompok populasi	Jumlah
1	Karyawan/staf	170 orang
2	Siswa SMP	45 orang
3	Mahasiswa angkatan 2022–2025	1.611 orang
Total		1.826 orang

Sumber: Data administratif Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung, diolah oleh peneliti

(2026).

Berdasarkan Tabel 3.2, jumlah populasi penelitian diketahui secara pasti, yaitu sebanyak 1.826 orang. Oleh karena itu, populasi dalam penelitian ini termasuk populasi terbatas (*finite population*). Meskipun demikian, tidak seluruh anggota populasi secara otomatis menjadi responden penelitian. Anggota populasi yang dapat dijadikan responden harus memenuhi kriteria pernah melakukan pembelian di Kantin Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung sehingga memiliki pengalaman secara langsung terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh petugas kantin.

3.5.2 Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2013). Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Kantin Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung yang berasal dari kelompok siswa SMP, mahasiswa angkatan 2022–2025, serta karyawan atau staf Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung yang memenuhi kriteria penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability sampling dengan metode *accidental sampling*. Pada teknik *non-probability sampling*, tidak setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Adapun *accidental sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan responden yang secara kebetulan ditemui oleh peneliti dan dapat digunakan sebagai sumber data apabila responden tersebut memenuhi karakteristik dan kriteria yang telah ditetapkan dalam penelitian.

Pemilihan metode *accidental sampling* disesuaikan dengan karakteristik objek penelitian. Konsumen Kantin Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung datang dan melakukan pembelian pada waktu serta frekuensi yang berbeda-beda. Selain itu, meskipun jumlah keseluruhan anggota populasi secara administratif dapat diketahui, tidak tersedia daftar khusus (*sampling frame*) yang memuat konsumen yang secara aktif melakukan pembelian di kantin dan dapat digunakan sebagai dasar pemilihan responden secara acak. Oleh karena itu, responden penelitian dipilih dari konsumen yang ditemui oleh peneliti selama periode pengumpulan data,

sepanjang responden tersebut memenuhi kriteria yang telah ditetapkan. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berstatus sebagai siswa SMP, mahasiswa angkatan 2022–2025, atau karyawan/staf Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung.
2. Pernah melakukan pembelian makanan atau minuman di Kantin Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung.
3. Pernah menerima atau merasakan pelayanan secara langsung dari petugas Kantin Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung.
4. Bersedia menjadi responden dan mengisi kuesioner penelitian secara lengkap dan sukarela.

Penentuan kecukupan jumlah sampel dalam penelitian ini dipertimbangkan berdasarkan kebutuhan analisis statistik yang digunakan dalam penelitian, yaitu analisis regresi linier sederhana.

Penentuan kebutuhan minimum sampel dilakukan melalui pendekatan statistical power analysis. Menurut Faul et al. (2009), analisis a priori dapat digunakan untuk menentukan jumlah sampel yang diperlukan berdasarkan tingkat signifikansi, statistical power, ukuran efek (*effect size*), dan jumlah variabel prediktor dalam model regresi. Penelitian ini menggunakan satu variabel independen sebagai prediktor, yaitu Kualitas Pelayanan, dengan tingkat signifikansi sebesar 5% ($\alpha=0,05$), statistical power sebesar 80% ($1-\beta=0,80$), dan asumsi ukuran efek sedang (medium effect size) sebesar $f^2=0,15$. Cohen (1992) mengemukakan bahwa *statistical power* sebesar 0,80 dapat digunakan sebagai tingkat kekuatan pengujian yang memadai dalam penelitian ilmu perilaku, sedangkan nilai $f^2=0,15$ termasuk dalam kategori ukuran efek sedang.

Berdasarkan parameter tersebut, kebutuhan minimum sampel untuk model regresi dengan satu variabel prediktor adalah sekitar 55 responden. Dalam penelitian ini, jumlah responden yang digunakan dalam analisis adalah sebanyak 100 responden. Dengan demikian, jumlah responden yang digunakan telah melampaui kebutuhan minimum sampel berdasarkan pendekatan statistical power analysis dan dinilai memadai untuk melakukan

analisis regresi linier sederhana. Penggunaan 100 responden tersebut dimaksudkan untuk memperoleh jumlah yang memadai dalam menggambarkan persepsi konsumen mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen serta untuk menguji pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Kantin Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung.

Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden yang memenuhi kriteria penelitian. Data yang diperoleh dari responden tersebut selanjutnya digunakan sebagai dasar dalam analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana untuk menjawab tujuan penelitian.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah tahap krusial dalam studi kuantitatif karena kualitas data yang didapat akan mempengaruhi keakuratan analisis dan hasil penelitian. Pada penelitian ini, proses pengumpulan data dilakukan secara terstruktur untuk mendapatkan data yang objektif, dapat diukur, dan sesuai dengan sasaran penelitian.

Teknik utama yang diterapkan dalam penelitian ini adalah penggunaan kuesioner. Berdasarkan penjelasan Sugiyono, (2013) “kuesioner adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pemberian sekelompok pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawab.” Dalam penelitian ini, kuesioner dirancang berdasarkan indikator-indikator variabel yang telah dijelaskan dalam operasionalisasi variabel, mencakup 15 indikator kualitas layanan berdasarkan lima dimensi *SERVQUAL* (tampilan fisik, keandalan, responsivitas, jaminan, dan empati) serta 5 indikator kepuasan konsumen. Kuesioner disebarkan secara langsung kepada konsumen yang melakukan pembelian di Kantin Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung selama periode penelitian. Para responden diminta untuk memberikan jawaban sesuai dengan persepsi dan pengalaman yang mereka

memiliki dengan menggunakan skala Likert yang terdiri dari lima tingkat, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

Selain menggunakan kuesioner, penelitian ini juga menerapkan metode observasi. Observasi dilaksanakan dengan mengamati secara langsung keadaan fisik kantin, cara pelayanan, serta hubungan antara petugas kantin dan konsumen. Metode ini diadopsi untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas tentang situasi pelayanan di lapangan, sehingga dapat memperkuat pemahaman atas hasil kuesioner dengan lebih mendalam.

Teknik pengumpulan informasi lainnya adalah melalui dokumentasi. Dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan data pendukung yang berkaitan dengan subjek penelitian, seperti profil Kantin Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung, catatan kegiatan pelayanan, serta data lain yang relevan dengan penelitian. Informasi dari dokumentasi ini digunakan untuk memperkuat deskripsi subjek penelitian pada bab hasil dan pembahasan.

Dengan memanfaatkan ketiga teknik ini, diharapkan hasil data yang diperoleh dalam penelitian ini akan valid, tepat, dan dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai dampak kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kantin Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung.

3.7 Transformasi Data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari kuesioner yang menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), ragu-ragu/netral (3), setuju (4), dan sangat setuju (5). Skala Likert menghasilkan data yang bersifat ordinal, yaitu data yang menunjukkan urutan atau tingkatan, namun belum memiliki jarak yang sama antar kategori.

Dalam penelitian kuantitatif yang menerapkan analisis statistik parametrik seperti regresi linear sederhana, data yang digunakan sebaiknya memiliki skala interval. Dengan demikian, data ordinal yang diperoleh dari kuesioner perlu diubah terlebih dahulu menjadi data interval agar memenuhi syarat untuk analisis statistik.

Metode yang diterapkan dalam penelitian ini untuk mengubah data ordinal menjadi data interval adalah Metode Interval Bertahap (MIB). Metode MIB digunakan untuk mengkonversi skor ordinal menjadi skor interval dengan cara menghitung persentase jawaban dari responden pada setiap kategori, menetapkan nilai kumulatif proporsi, menghitung nilai z-score, dan menentukan skala interval untuk setiap kategori jawaban.

Proses pengolahan data menggunakan metode MSI dilakukan dengan dukungan program Microsoft Excel sebelum data dianalisis lebih dalam menggunakan perangkat lunak statistik *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS). Hasil transformasi data itu selanjutnya dipakai sebagai landasan dalam analisis regresi linear sederhana guna menguji dampak kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

3.8 Uji Instrumen Penelitian

Pengujian instrumen penelitian dilakukan untuk memastikan bahwa alat ukur yang dipakai dalam penelitian dapat mengukur variabel yang diteliti dengan akurat dan konsisten. Alat ukur yang baik harus memenuhi dua kriteria utama, yaitu validitas dan reliabilitas. Oleh karena itu, sebelum analisis data dilakukan lebih lanjut, uji validitas dan reliabilitas terhadap semua item pernyataan dalam kuesioner harus dilakukan terlebih dahulu.

Uji validitas dilakukan untuk menentukan sejauh mana suatu item pernyataan dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini, validitas diuji dengan menerapkan teknik korelasi Pearson Product Moment. Setiap butir pernyataan dihubungkan dengan total skor variabelnya. Sebuah item dianggap valid jika nilai koefisien korelasi (r hitung) melebihi r tabel pada tingkat signifikansi 0,05. Validitas diuji dengan menggunakan program statistik (SPSS).

Setelah pengujian validitas, langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas. Pengujian reliabilitas bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana instrumen konsisten dalam mengukur variabel penelitian. Instrumen dianggap *reliabel* jika menghasilkan hasil yang konsisten saat digunakan

dalam kondisi yang serupa. Dalam penelitian ini, pengujian reliabilitas dilakukan dengan memanfaatkan metode *Cronbach's Alpha*. Sebuah variabel dianggap reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* melebihi 0,70. Jika nilai reliabilitas sudah memenuhi kriteria tersebut, maka instrumen penelitian dianggap valid untuk digunakan dalam pengumpulan data penelitian.

Dengan uji validitas dan reliabilitas ini, diharapkan semua item pernyataan dalam kuesioner penelitian tentang kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen di Kantin Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung sudah memenuhi kriteria kelayakan sebagai instrumen yang valid dan konsisten.

3.9 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kuantitatif dengan pendekatan statistik deskriptif dan statistik inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik data dan tanggapan responden terhadap variabel Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Konsumen (Y). Selanjutnya, analisis inferensial digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan sebagai variabel independen terhadap kepuasan konsumen sebagai variabel dependen. Untuk menguji pengaruh tersebut, penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier sederhana yang didukung oleh uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, koefisien determinasi (R^2), dan uji t (parsial).

3.9.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2013) dalam bukunya "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*", analisis deskriptif merupakan metode analisis data yang dilakukan dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang bersifat umum atau generalisasi. Tujuan analisis deskriptif adalah untuk memberikan gambaran secara sistematis mengenai karakteristik data yang diteliti. Analisis ini digunakan

untuk menyajikan statistik ringkasan seperti nilai rata-rata (*mean*), median, modus, standar deviasi, persentase, frekuensi, nilai minimum, nilai maksimum, serta jangkauan (*range*). Analisis deskriptif bersifat non-inferensial, sehingga tidak digunakan untuk menguji hipotesis atau menarik kesimpulan terhadap populasi, melainkan hanya menggambarkan kondisi data yang diperoleh dari responden.

Dalam praktiknya, analisis deskriptif dapat disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi, persentase, maupun statistik deskriptif untuk memudahkan pemahaman terhadap karakteristik data penelitian. Pada penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden serta memberikan gambaran mengenai tanggapan responden terhadap variabel Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Konsumen (Y) di Kantin Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung. Hasil analisis disajikan berdasarkan nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, nilai minimum, nilai maksimum, serta distribusi frekuensi jawaban responden pada setiap indikator penelitian.

3.9.2 Uji Validitas

Ghozali (2021), menjelaskan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu instrumen dinyatakan valid apabila setiap butir pernyataan mampu mengukur dan mengungkapkan variabel yang seharusnya diukur. Dengan demikian, uji validitas diperlukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian dapat menghasilkan data yang sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan terhadap setiap butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan konsumen (Y). Setiap butir pernyataan dinyatakan valid apabila mampu merepresentasikan indikator yang telah ditetapkan dalam definisi operasional masing-masing variabel.

Menurut Ghozali (2021), pengujian validitas item dapat dilakukan menggunakan korelasi *Pearson Product Moment*, yaitu dengan mengorelasikan skor setiap item pernyataan dengan skor total variabel. Nilai

koefisien korelasi yang diperoleh (r hitung) kemudian dibandingkan dengan nilai r tabel pada taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Rumus korelasi *Pearson Product Moment* adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

- r_{xy} = Koefisien korelasi antara skor item dengan skor total.
- x = Skor masing-masing item.
- y = Skor total variabel.
- n = Jumlah responden.

Setelah diperoleh nilai koefisien korelasi Pearson (r hitung), hasil tersebut dibandingkan dengan r tabel pada tingkat signifikansi sebagai berikut:

- Taraf signifikansi (α) = 0,05.
- Derajat kebebasan (df) = $n - 2$, dengan n merupakan jumlah responden.

Adapun kriteria pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah sebagai berikut:

1. Jika r hitung $>$ r tabel, maka item pernyataan dinyatakan valid.
2. Jika r hitung $\leq$ r tabel, maka item pernyataan dinyatakan tidak valid karena tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan skor total variabel.

3.9.3 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu instrumen penelitian mampu menghasilkan data yang konsisten apabila digunakan berulang kali pada kondisi yang relatif sama. Dalam penelitian kuantitatif, reliabilitas menunjukkan tingkat konsistensi

atau keandalan suatu instrumen dalam mengukur variabel penelitian. Instrumen yang reliabel akan memberikan hasil pengukuran yang relatif tetap sehingga dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data.

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan terhadap seluruh item pernyataan pada variabel Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Konsumen (Y). Pengujian dilakukan menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha*, yaitu ukuran statistik yang digunakan untuk menilai konsistensi internal dari sekumpulan item dalam satu variabel. Semakin tinggi nilai Cronbach's Alpha, maka semakin tinggi pula tingkat konsistensi antarbutir pernyataan dalam instrumen penelitian. Rumus *Cronbach's Alpha* adalah sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

α = Koefisien reliabilitas (*Cronbach's Alpha*)

k = Jumlah item pernyataan dalam instrumen

σ_i^2 = Varians masing-masing item

σ_t^2 = Varians total

Rumus tersebut menunjukkan bahwa reliabilitas instrumen akan semakin tinggi apabila item-item dalam suatu variabel memiliki konsistensi yang baik dan saling berkorelasi dalam mengukur konstruk yang sama.

3.9.4 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melaksanakan analisis regresi, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu untuk memastikan data memenuhi kriteria analisis statistik parametrik. Pengujian asumsi klasik dalam penelitian ini terdiri dari:

3.9.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu bagian dari uji asumsi klasik yang bertujuan untuk mengetahui apakah data residual pada model regresi berdistribusi normal. Asumsi normalitas perlu dipenuhi agar model regresi linier sederhana dapat menghasilkan estimasi yang akurat dan pengujian

statistik, seperti uji t, dapat dilakukan secara valid. Residual yang berdistribusi normal menunjukkan bahwa model regresi telah memenuhi salah satu asumsi dasar dalam analisis regresi.

Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test*, karena jumlah sampel penelitian lebih dari 50 responden. Selain uji statistik, normalitas residual juga didukung melalui analisis grafik berupa *Histogram Regression Standardized Residual* dan *Normal Probability Plot* (Normal P-P Plot). Histogram digunakan untuk melihat apakah penyebaran residual membentuk pola menyerupai kurva normal, sedangkan Normal P-P Plot digunakan untuk melihat apakah titik-titik residual mengikuti garis diagonal. Kriteria pengambilan keputusan pada uji Kolmogorov-Smirnov adalah sebagai berikut:

- Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $> 0,05$, maka residual berdistribusi normal.
- Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $\leq 0,05$, maka residual tidak berdistribusi normal.

Selain berdasarkan uji statistik, normalitas juga dapat dilihat secara visual. Apabila titik-titik pada Normal P-P Plot menyebar di sekitar dan mengikuti garis diagonal, serta histogram menunjukkan pola menyerupai kurva lonceng (*bell-shaped*), maka dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal. Dengan demikian, uji normalitas dalam penelitian ini digunakan untuk memastikan bahwa model regresi linier sederhana yang menguji pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) memenuhi asumsi normalitas sehingga hasil analisis regresi dapat diinterpretasikan secara tepat.

3.9.4.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah varians residual dalam model regresi memiliki nilai yang konstan pada setiap tingkat variabel independen. Pengujian ini diperlukan karena penelitian menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk menguji pengaruh

kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Model regresi yang baik harus memenuhi kondisi homoskedastisitas, yaitu varians residual yang relatif sama atau konstan dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya.

Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas digunakan untuk memastikan bahwa varians residual pada model regresi antara kualitas pelayanan (X) dan kepuasan konsumen (Y) bersifat konstan. Apabila terjadi heteroskedastisitas, nilai *standard error* dapat menjadi tidak akurat sehingga hasil uji t dan kesimpulan mengenai signifikansi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menjadi kurang dapat dipercaya. Oleh karena itu, pengujian heteroskedastisitas diperlukan untuk memastikan kelayakan model regresi sebelum dilakukan pengujian hipotesis.

Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan meregresikan nilai Unstandardized Residual terhadap variabel independen, yaitu Kualitas Pelayanan (X). Dasar pengambilan keputusan berdasarkan nilai signifikansi adalah sebagai berikut:

- Apabila nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas sehingga model regresi memenuhi asumsi homoskedastisitas.
- Apabila nilai signifikansi (Sig.) $\leq 0,05$, maka terjadi heteroskedastisitas sehingga model regresi tidak memenuhi asumsi homoskedastisitas.

Pengujian heteroskedastisitas juga didukung dengan pemeriksaan grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dan residual (SRESID). Apabila titik-titik pada grafik *scatterplot* menyebar secara acak di atas dan di bawah angka nol serta tidak membentuk pola tertentu, maka tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas. Sebaliknya, apabila titik-titik membentuk pola tertentu, seperti pola bergelombang, melebar, atau menyempit, maka terdapat indikasi heteroskedastisitas.

Dalam penelitian ini, hasil regresi residual pada Tabel 4.10 digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan, sedangkan grafik *scatterplot* digunakan sebagai pemeriksaan pendukung secara visual. Apabila hasil

pengujian menunjukkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka model regresi dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas dan layak digunakan untuk analisis regresi linear sederhana serta pengujian hipotesis.

3.9.4.3 Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel independen Kualitas Pelayanan (X) dengan variabel dependen Kepuasan Konsumen (Y) bersifat linier. Pengujian ini penting dilakukan karena analisis regresi linier sederhana mensyaratkan adanya hubungan yang linier antara kedua variabel. Dalam penelitian ini, uji linearitas dilakukan menggunakan *Test for Linearity* pada program IBM SPSS Statistics. Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas adalah sebagai berikut:

- Apabila nilai signifikansi pada *Linearity* < 0,05, maka terdapat hubungan yang linier antara variabel independen dan variabel dependen.
- Apabila nilai signifikansi pada *Deviation from Linearity* > 0,05, maka tidak terdapat penyimpangan dari hubungan linier, sehingga hubungan kedua variabel dapat dinyatakan linier.

Dengan demikian, apabila kedua kriteria tersebut terpenuhi, maka hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen dinyatakan linier sehingga analisis regresi linier sederhana dapat digunakan.

3.9.5 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui dan mengukur pengaruh satu variabel independen terhadap satu variabel dependen secara linier. Dalam penelitian ini, analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Kantin Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung. Model persamaan regresi linier sederhana yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (Kepuasan Konsumen)

X = Variabel independen (Kualitas Pelayanan)

β_0 = Konstanta (nilai Kepuasan Konsumen ketika Kualitas Pelayanan bernilai nol)

β_1 = Koefisien regresi (besarnya perubahan Kepuasan Konsumen akibat perubahan satu satuan Kualitas Pelayanan)

ε = Error atau residual

Model regresi ini mengasumsikan bahwa terdapat hubungan linier antara variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen, sehingga setiap peningkatan atau penurunan kualitas pelayanan akan diikuti oleh perubahan kepuasan konsumen secara proporsional.

Hasil analisis regresi linier sederhana meliputi beberapa komponen penting, yaitu konstanta (β_0), koefisien regresi (β_1), nilai signifikansi (Sig.), dan koefisien determinasi (R^2). Koefisien regresi (β_1) menunjukkan arah dan besarnya pengaruh variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. Apabila nilai koefisien regresi bernilai positif, maka peningkatan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan konsumen. Sebaliknya, apabila bernilai negatif, maka peningkatan kualitas pelayanan justru akan menurunkan kepuasan konsumen.

Signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen ditentukan berdasarkan nilai Sig. (p-value). Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (Sig. < 0,05), maka Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 (Sig. > 0,05), maka Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Selain itu, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel Kualitas Pelayanan dalam menjelaskan variasi Kepuasan Konsumen. Nilai R^2 berada pada rentang 0 sampai 1. Semakin besar nilai R^2 , maka semakin besar pula kemampuan variabel Kualitas

Pelayanan dalam menjelaskan perubahan Kepuasan Konsumen. Sebaliknya, semakin kecil nilai R^2 menunjukkan bahwa masih terdapat faktor-faktor lain di luar model penelitian yang memengaruhi Kepuasan Konsumen.

Melalui analisis regresi linier sederhana ini, dapat diketahui besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen serta arah hubungan yang terjadi. Hasil analisis tersebut selanjutnya menjadi dasar dalam pengujian hipotesis penelitian dan penarikan kesimpulan mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Kantin Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung.

3.9.6 Uji Hipotesis (Uji t)

Uji hipotesis (uji t) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen, yaitu Kualitas Pelayanan (X), berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen, yaitu Kepuasan Konsumen (Y) di Kantin Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung. Pengujian dilakukan secara parsial melalui analisis regresi linier sederhana dengan tingkat signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$). Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel, atau dengan melihat nilai signifikansi (Sig.) yang dihasilkan dari output SPSS. Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$H_0 : \beta = 0$, artinya Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Kantin Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung.

$H_1 : \beta \neq 0$, artinya Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Kantin Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung.

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika t hitung $>$ t tabel, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
2. Jika t hitung $\leq$ t tabel, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, sehingga Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Atau berdasarkan nilai signifikansi:

- Jika $\text{Sig.} < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.
- Jika $\text{Sig.} \geq 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, sehingga tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.

Melalui uji t ini dapat diketahui apakah hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Kantin Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung dapat diterima atau ditolak berdasarkan hasil analisis statistik.

3.9.7 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen, yaitu Kualitas Pelayanan (X), dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen, yaitu Kepuasan Konsumen (Y). Nilai koefisien determinasi diperoleh dari hasil analisis regresi linier sederhana menggunakan program IBM SPSS Statistics.

Koefisien determinasi memiliki nilai antara 0 sampai dengan 1. Semakin besar nilai R^2 , maka semakin besar pula kemampuan variabel Kualitas Pelayanan dalam menjelaskan perubahan pada Kepuasan Konsumen. Sebaliknya, apabila nilai R^2 semakin kecil atau mendekati nol, maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen juga semakin rendah. Koefisien determinasi dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

- KD = Koefisien Determinasi
- R^2 = Koefisien Determinasi (R Square)

Kriteria interpretasi koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

- Jika nilai $R^2 = 0$, maka variabel Kualitas Pelayanan tidak memiliki kemampuan dalam menjelaskan variasi Kepuasan Konsumen.
- Jika nilai R^2 mendekati 1, maka variabel Kualitas Pelayanan memiliki kemampuan yang semakin besar dalam menjelaskan variasi Kepuasan Konsumen.
- Sisa persentase di luar nilai R^2 dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Sebagai contoh, apabila hasil analisis menunjukkan nilai *R Square* sebesar 0,650, maka dapat diartikan bahwa 65% variasi Kepuasan Konsumen dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan, sedangkan 35% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian. Koefisien determinasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Kantin Yayasan Pendidikan Al-Aitaam Bandung. Nilai R^2 diperoleh dari tabel Model Summary pada output regresi linier sederhana menggunakan IBM SPSS Statistics.