BAB III

METODE PENELITIAN

* 1. **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo di Kota Malang pada bulan Februari sampai dengan Mei 2012.

* 1. **Obyek Penelitian**

**Obyek dalam penelitian terdiri atas: kualitas pelayanan sebagai variabel *independen* (variabel bebas) yang terdiri dari variabel bukti fisik (X1), empathi (X2), daya tanggap (X3), kehandalan (X4), dan jaminan (X5). Adapun yang merupakan variabel *dependen* (variabel terikat) adalah loyalitas pelanggan (Y), serta yang menjadi variabel antara (intervening) adalah kepuasan pelanggan (Z) terhadap pelanggan Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo di Kota Malang.**

**Obyek penelitian ini akan diukur dengan menggunakan instrumen daftar pernyataan (kuesioner). Variabel bukti fisik (X1) akan diukur dengan 5 item, variabel empathi (X2) akan diukur dengan 3 item, variabel daya tanggap (X3) akan diukur dengan 4 item, variabel kehandalan (X4) akan diukur dengan 4 item dan variabel jaminan (X5) dengan 6 item pernyataan.**

* 1. **Desain Penelitian**

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh informasi tentang besarnya pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik (X1), empathi (X2), daya tanggap (X3), kehandalan (X4), dan jaminan (X5) terhadap loyalitas pelanggan (Y) melalui kepuasan pelanggan (Z) sebagai variabel *intervening*. Jenis penelitian yang digunakan adalah *deskriptif – verifikatif,* metode penelitian yang digunakan adalah *explanatory survey,* yang bertujuan untuk memberikan kejelasan hubungan antar variabel dan melakukan pengujian terhadap hipotesis, sedangkan teknik yang digunakan adalah *Cross Sectional*. Penelitian eksplanatori (*explanatory research*) bertujuan untuk menguji hubungan antara variabel bebas (*independent variable*) dengan variabel terikat (*dependent variable*) melalui suatu pengujian hipotesa (Nazir, 1990 *dalam* Zulganef, 2008).

Obyek dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (bukti fisik, empathi, daya tanggap, kehandalan, dan jaminan) yang pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada pelanggan di Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo di Kota Malang.

* 1. **Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Sesuai dengan paradigma konseptual penelitian, maka operasionalisasi variabel dari penelitian adalah sebagai berikut :

**Tabel 1. Variabel Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Variabel** | **Sub Variabel** | **Indikator** | **Ukuran** | **Skala** |
| **Kualitas Pelayanan**  **(X)** | **Bukti Fisik**  **(X1)** | 1. Penampilan Rumah Makan 2. Penataan ruangan 3. Penampilan menu (rasa, penyajian) 4. Tempat parkir 5. Penampilan pakaian karyawan (rapi, pantas, dan sopan) | SB s/d TB  SB s/d TB  SB s/d TB  SB s/d TB | Ordinal  Ordinal  Ordinal  Ordinal |
| **Empathi**  **(X2)** | 1. *Sikap pelayan yang ramah untuk melayani pelanggan.* 2. *Sikap pelayan yang tulus kepada pelanggan pada saat melayani.* 3. *Sikap pelayan yang bersedia untuk menerima masukan serta saran dan kritik dari para pelanggan.* | SP s/d TP  SP s/d TP  SP s/d TP | Ordinal  Ordinal  Ordinal |
| **Daya Tanggap**  **(X3)** | 1. *Kecepatan pelayan dalam memahami kebutuhan pelanggan.* 2. *Kecepatan pelayan dalam melayani pelanggan* 3. *Ketepatan pelayan dalam melakukan pelayanan* 4. *Sikap pelayan dalam memahami pelanggan.* | SP s/d TP  SP s/d TP  SP s/d TP  SP s/d TP | Ordinal  Ordinal  Ordinal  Ordinal |
| **Kehandalan**  **(X4)** | 1. Pelayan melayani tidak sesuai waktu (lambat) 2. Pelayan melayani tidak sesuai pesanan 3. Pelayan sulit memahami kebutuhan pelanggan 4. Sikap pelayan saat melayani kurang ramah | SS s/d SJ  SS s/d SJ  SS s/d SJ  SS s/d SJ | Ordinal  Ordinal  Ordinal  Ordinal |
| **Jaminan**  **(X5)** | 1. *Cara karyawan meyakinkan bahwa pelanggan mendapatkan pelayanan yang cepat* 2. *Cara karyawan meyakinkan bahwa pelanggan mendapatkan pelayanan yang tepat (sesuai pesanan)* 3. *Cara karyawan meyakinkan bahwa pelanggan mendapatkan pelayanan yang baik (sopan dan ramah)* 4. *Kompensasi terhadap ketidaktepatan waktu* 5. *Kompensasi terhadap ketidaktepatan menu* 6. *Kompensasi terhadap ketidaknyamanan pelayanan* | SP s/d TP  SP s/d TP  SP s/d TP  SP s/d TP  SP s/d TP  SP s/d TP | Ordinal  Ordinal  Ordinal    Ordinal  Ordinal    Ordinal |
| **Kepuasan Pelanggan**  **(Z)** |  | 1. Merasa puas terhadap proses layanan 2. Merasa puas dengan fasilitas yang diterima 3. Merasa puas dengan kenyamanan yang diberikan 4. Merasa puas dengan sikap dan prilaku pelayan | SP s/d TP  SP s/d TP  SP s/d TP  SP s/d TP | Ordinal  Ordinal  Ordinal  Ordinal |
| **Loyalitas Pelanggan**  **(Y)** |  | 1. Mengatakan sesuatu yang positif tentang Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo 2. Tetap memanfaatkan Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo sebagai tempat makan, meskipun ada kenaikan harga. 3. Merekomendasikan Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo kepada teman atau keluarga. | SP s/d TP  SP s/d TP  SP s/d TP | Ordinal  Ordinal  Ordinal |

Keterangan:

*SB = Sangat Baik SS = Sangat Sering SP = Sangat Puas*

*B = Baik S = Sering P = Puas*

*S = Sedang KS = Kurang Sering CP = Cukup Puas*

R = Rendah J = Jarang KP = Kurang Puas

SR = Sangat Rendah SJ = Sangat Jarang TP = Tidak Puas

**3.5. Populasi dan Sampel**

**3.5.1. Populasi**

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian (Arikunto,2002). Populasi juga dapat diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2001).

Berdasarkan kedua pendapat tersebut, dapat dikatakan bahwa populasi merupakan keseluruhan obyek/subyek penelitian yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan diambil suatu kesimpulan.

Populasi penelitian ini adalah pelanggan Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo di Kota Malang.

* + 1. **Sampel**

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti Arikunto (2002). Lebih lanjut Sugiyono (2001) mengemukakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Umar (2002) menyatakan bahwa sebenarnya tidak ada aturan yang tegas mengenai berapa besarnya anggota sampel yang diisyaratkan suatu penelitian. Tidak ada anggota sampel yang 100% representatif, kecuali anggota sampelnya sama dengan anggota populasinya (*total sampling*). Sampel adalah sebagian dari populasi yang dianggap mewakili populasi.

Langkah awal yang dilakukan adalah *pre-sampling* sebanyak 30 responden yang digunakan untuk mengetahui apakah data-data dari angket yang terkumpul sudah cukup baik atau layak menurut uji validitas dan reliabilitasnya.

Untuk mendapatkan sampel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan menggunakan pendekatan Slovin dalam Umar (2002) dengan jumlah pelanggan sebanyak 4.196 orang sebagai berikut :

N

n = -----------

1 + N e2

Keteranaga n = Besarnya sampel

N = Besarnya populasi

e = Besarnya *error bound* (maksimal 10%)

Sampel yang diambil dengan besarnya *error bound* sebesar 10% adalah:



Dengan demikian sampel yang dapat mewakili adalah sebanyak 99,97 orang, Namun untuk memudahkan pengolahan data jumlah sampel yang diambil di bulatkan menjadi 100 sampel.

* 1. **Prosedur Pengumpulan Data**

*Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini, akan dilakukan melalui langkah-langkah sebagai berikut :*

1. *Menyebarkan kuesioner kepada responden dengan tujuan untuk menganalisis jawaban responden menyangkut pengaruh faktor-faktor kualitas pelayanan terhadap loyalitas dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel antara (intervening) pada pelanggan Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo di Kota Malang.*
2. *Melakukan wawancara dengan semua pihak yang terkait dengan masalah yang diteliti, agar dapat mengungkap fakta yang terjadi di lapangan.*
3. *Melakukan observasi, yaitu pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap obyek yang diteliti, dengan tujuan untuk mengetahui keadaan sesungguhnya.*

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer dipergunakan untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor kualitas pelayanan terhadap loyalitas dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel antara (intervening) pada pelanggan Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo di Kota Malang. Data sekunder dipergunakan untuk menggambarkan keadaan umum daerah penelitian dan untuk mengetahui gambaran kondisi Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo di Kota Malang.

* 1. **Pengukuran Instrumen**

Definisi operasional variabel menunjukkan cara pendekatan peneliti dalam mengukur suatu variabel. Dalam penelitian ini pengukuran variabel eksogen maupun variabel endogen, menggunakan tiga jenis skala data, yaitu skala 5 point (Likert). Skala Likert adalah skala yang didasarkan atas penjumlahan sikap responden dalam merespon pernyataan berkaitan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur. Skala ordinal adalah skala pengukuran yang menyatakan sesuatu lebih dari yang lain, sedangkan skala rasio merupakan skala pengukuran yang menunjukkan peringkat, jarak dan perbandingan *construct* yang diukur (Sanusi, 2003).

Dalam penelitian ini instrumen utama yang digunakan untuk memperoleh data adalah dengan instrumen kuesioner. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert 1 sampai 5.

Variabel daya saing : 1 (sangat rendah), 2 (rendah), 3 (sedang), 4 (tinggi), 5 (sangat tinggi). Variabel kepuasan pelanggan ditentukan nilainya dengan jalan mencari selisih antara kinerja daya saing dan harapan pelanggan. Sebelum dicari selisih ditentuan terlebih dahulu skala likert untuk harapan dan kualitas pelayanan sebagai berikut: 1 (tidak puas), 2 (kurang puas), 3(cukup puas), 4 (puas), 5 (sangat puas).

Adapun kualifkasi selisih antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan mencerminkan tingkat kepuasan pelanggan yang dapat dijelaskan seperti berikut: Kepuasan dikatakan sangat sesuai dengan harapan pelanggan jika selisih antara daya saing dan harapan = 0, batas toleransinya adalah 10% secara teoritis masih dapat diperkenankan (Sugiyono, 2007). Dalam penelitian ini kemungkinan gap yag terjadi antara daya saing dan harapan adalah 5 sampai dengan -5. Penerapan batas toleransi 10 % dilakukan ke atas (= 0,50) dan ke bawah (= -0,50). Pelanggan dikatakan puas jika selisihnya nol (0) dengan batas toleransi 10 %, maka aplikasinya dalam penelitian ini rentang gap skornya antara 0,50 - -0,50 masuk dalam kriteria sangat puas. Bila gap skornya lebih besar dari –0,50 masuk kategori sangat puas, sebaliknya gapnya lebih kecil dari – 0,50 masuk dalam kategori cukup puas, kurang puas dan sangat tidak puas.

Sedangkan untuk variabel loyalitas pelanggan juga digunakan skala likert dari 1 sampai 5 dengan kualifikasi sebagai berikut: 1 (sangat tidak loyal), 2 = tidak loyal, 3 (cukup loyal), 4 (loyal) dan 5 (sangat loyal).

* 1. **Uji Validitas dan Reliabilitas**

Dalam suatu penelitian, kesahihan *(validitas)* dan keandalan *(reliabilitas)* suatu hasil penelitian tergantung pada alat pengukur *(instrument)* yang digunakan dan data yang diperoleh. Jika alat ukur yang digunakan tersebut tidak sahih dan tidak andal, maka hasilnya tidak menggambarkan keadaan yang sesungguhnya. Untuk itu diperlukan dua macam pengujian yaitu tes kesahihan *(test of validity)* dan tes keandalan *(test of reliability)*.

* + 1. **Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan untuk mengukur pernyataan yang ada dalam kuesioner. Suatu pernyataan dianggap sahih jika pernyataan tersebut mampu mengungkapkan apa yang diungkapkan atau apa yang ingin diukur. Seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2007), instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Dengan demikian, kesahihan sangat berkaitan dengan ketepatan hasil pengukuran suatu alat ukur. Ada dua langkah yang dapat ditempuh untuk memperoleh alat ukur yang sahih yaitu: *langkah pertama*, adalah dengan menentukan *constuct* item-item berdasarkan konsep operasionalisasi variabel beserta indikator-indikatornya, sehingga diperoleh alat ukur yang memiliki kesesuaian dengan teori. *Langkah kedua,* adalah dengan analisis uji coba item dengan menguji korelasi antara skor tiap item dengan skor total item.

Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing pernyataan dengan jumlah skor untuk masing-masing variabel dengan menggunakan rumus korelasi product moment dengan taraf signifikan 5% (Sugiyono, 2007). Selanjutnya dalam memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi, Masrun dalam Sugiyono (2007) menyatakan: “item yang mempunyai korelasi positif dengan kriterium (skor total) dan korelasinya tinggi, menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula”.

* + 1. **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan, atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu, walaupun dilakukan terhadap pernyataan-pernyataan yang sudah valid. Hal ini untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran kembali terhadap gejala yang sama. Menurut Sugiyono (2007), instrumen yang valid adalah instrumen yang *Spearman-Brown* bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji ini dilakukan dengan menggunakan teknik belah dua dari *Spearman Brown (Split-hallf)*. Dalam penelitian ini pengujian reliabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai koefisien korelasi *Spearman-Brown* dengan *Correlation* *Between Forms*. Apabila koefisien korelasi lebih besar dari korelasi *Between-Forms* maka instrumen dianggap reliabel mengukur variabel.

* 1. **Asumsi Klasik**

Sebelum pengujian hipotesis dilakukan, model analisis jalur juga harus bebas dari pelanggaran asumsi klasik agar diperoleh nilai estimasi yang tidak bias dan efisien.Metode yang digunakan adalah metode kuadrat terkecil atau *Ordinary Least Square (*OLS*).* Model yang diperoleh selanjutnya akan diperiksa apakah model tersebut telah memenuhi beberapa asumsi yang diperlukan. Asumsi-asumsi tersebut, antara lain sebagai berikut;

1. Uji Multikolinieritas. Multikolinieritas terjadi jika terdapat hubungan linier yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari semua model regresi. Cara untuk mendeteksi adanya multikolinieritas adalah dengan melihat korelasi antara variabel bebas. Jika melebihi 0.50, diduga terjadi multikolinieritas atau dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation* *Faktor* (VIF).Jika nilai *tolerance*  0,10 atau sama dengan nilai VIF  0.10 terjadi multikolinieritas (Santoso, 2004).

2. Uji Heterokedastisitas. Heterokedastisitas akan mengakibatkan penafsiran koefisien-koefisien regresi menjadi tidak efisien. Hasil penafsiran akan menjadi kurang dari semestinya. Heterokedastisitas bertentangan dengan salah satu asumsi regresi linier, yaitu bahwa variasi residual sama untuk semua pengamatan atau disebut homoskedastisitas (Santoso, 2004). Salah satu cara yang digunakan untuk mendeteksi gejala heterokedastisitas adalah menggunakan grafik *scatter plots.* Apabila pada grafik tersebut terlihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi model.

3. Uji Normalitas. Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Distribusi normal merupakan distribusi teoritis dari variabel random yang kontinyu (Santoso, 2004). Kurva yang menggambarkan distribusi normal adalah kurva normal yang berbentuk simetris. Untuk menguji apakah sampel penelitian merupakan jenis distribusi normal maka digunakan pengujian dengan analisis grafik *Normal Probability Plot* terhadap model yang diuji.

* 1. **Uji Hipotesis**

*Untuk memastikan apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel antara (intervening) pada pelanggan Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo di Kota Malang, maka pengujian dilakukan dengan uji Analisis Jalur (*Path Analysis*)*. *Analisis jalur digunakan dengan pertimbangan bahwa pola hubungan antar variabel dalam penelitian adalah bersifat* korelatif *dan* kausalitas.

*Hipotesis penelitian diperlihatkan melalui struktur hubungan antar variabel independen, variabel intervening dengan variabel dependen dengan diagram jalur seperti diperlihatkan pada Gambar 2.*

#### 

ε

ε

**Pyz**

**Pzx5**

**Pzx4**

**Pzx3**

**Pzx2**

**Pzx1**

**Pyx3**

**Pyx2**

**Pyx4**

**Pyx5**

**Pyx1**

**X1**

**X2**

**X3**

**X4**

**X5**

**Z**

**Y**

#### Gambar 2. Struktur Path Analysis

Keterangan:

X1 = Bukti Fisik

X2 = Empathi

X3 = Daya Tanggap

X4 = Kehandalan

X5 = Jaminan

Z = Kepuasan Pelanggan

Y = Loyalitas Pelanggan

ε = Variabel lainnya yang mempengaruhi Y dan Z.

Data yang terkumpul dianalisis hubungan kausalnya antara variabel-variabel atau dimensi-dimensi, yang dilakukan dengan menggunakan analisis jalur *(path analysis).* Gambar 2 mengisyaratkan bahwa variabel *Y* dan Z bukan hanya dipengaruhi oleh *X1, X2, X3, X4, dan X5*  tetapi ada variabel lain ikut mempengaruhi yang dinyatakan dengan variabel *epselon (****ε****),*yaitu variabel yang tidak diukur dan diteliti.

Uji hipotesis dari *path analysis* yang diperlihatkan pada Gambar 2 dapat diuraikan sebagai beriut;

1. Hipotesis operasional pada pengujian hipotesis pertama sebagai berikut:

H0 : = 0

H1 :  ≠ 0 dengan i = 1, 2 dan 3

1. Hipotesis operasional pada pengujian hipotesis kedua sebagai berikut:

H0 : = 0

H1 :  ≠ 0 dengan i =

1. Hipotesis operasional pada pengujian hipotesis ketiga sebagai berikut:

H0 : = 0

H1 :  ≠ 0

1. Hipotesis operasional pada pengujian hipotesis keempat sebagai berikut:

H0 : = 0

H1 :  ≠ 0

1. Hipotesis operasional pada pengujian hipotesis kelima sebagai berikut:

H0 : = 0

H1 :  ≠ 0

1. Hipotesis operasional pada pengujian hipotesis keenam sebagai berikut:

H0 : = 0

H1 :  ≠ 0

*Karena metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode sensus, maka tidak perlu ada uji kemaknaan (*test of signifikan*). Sesuai dengan hipotesis dan desain penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dalam pengujian hipotesis pertama, kedua, ketiga dan keempat adalah menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*), dengan langkah-langkah sebagai berikut :*

1. Membuat persamaan struktural yang terdiri dari persamaan struktur I, yaitu :

****

1. Dan persamaan struktur II, yaitu :

****

1. *Menguji koefisien jalur secara simultan dengan rumus sebagai berikut :*

*( n ; k – 1 ) R 2y(xI, x2….,x10)*

*F =*

*k(1 - R 2y (xI, x2….,x10) )*

*Kriteria pengujiannya adalah :*

*\* F hitung > F tabel, (n-k-1)  H0 ditolak, berarti kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik (X1), empathi (X2), daya tanggap (X3), kehandalan (X4), dan jaminan (X5)**secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Z) melalui kepuasan pelanggan (Y).*

\* F hitung ≤ F tabel, (n-k-1) *H0 diterima, berarti daya saing yang terdiri dari bukti fisik (X1), empathi (X2), daya tanggap (X3), kehandalan (X4), dan jaminan (X5)**secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Z) melalui kepuasan pelanggan (Y).*

*Menguji koefisien jalur secara parsial (individual) dengan rumus sebagai berikut :*

*H0 : Pyx1 = 0, H1 : Pyx1 ≠ 0*

*H0 : Pyx2 = 0, H1 : Pyx2 ≠ 0*

*H0 : Pyx3 = 0, H1 : Pyx3 ≠ 0*

*H0 : Pyx4 = 0, H1 : Pyx4 ≠ 0*

*H0 : Pyx5 = 0, H1 : Pyx5 ≠ 0*

*Statistik uji yang digunakan adalah :*

*Pyxi*

*ti  =*

(1 *– R2yx1....xk*) *CRij*

*n – k -* 1

*i = 1,2,3, . . . ,5*

*Kriteria uji adalah :*

*\* t hitung > t tabel, (n-k-1)  H0 ditolak, berarti daya saing yang terdiri dari bukti fisik (X1), empathi (X2), daya tanggap (X3), kehandalan (X4), dan jaminan (X5)* *secara individu (parsial) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Z) melalui kepuasan pelanggan (Y).*

*\* t hitung  ≤ t tabel, (n-k-1)  H0 diterima, berarti daya saing yang terdiri dari bukti fisik (X1), empathi (X2), daya tanggap (X3), kehandalan (X4), dan jaminan (X5)* *secara individu tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Z) melalui kepuasan pelanggan (Y)*

*Menghitung pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut :*

*a. Pengaruh langsung :*

*Y Xi Y = (Pyxi ) ( Pyxi)*

*b. Pengaruh tidak langsung :*

*Y Xi Ω Xj Y = (Pyxi) (ryxj) (Pyxj)*

*c. Besarnya pengaruh total Pyxi2 + Σ Pyxi rxixj Pyxj (i = 1,2,3, …,10).*

* 1. ***Definisi Operasional***

1. *Kualitas layanan adalah keseluruhan tampilan dan karakteristik dari suatu produk atau layanan dalam memenuhi kebutuhan. Indikatornya meliputi,* tangibles *(berwujud),* empathi*,* responssiveness *(daya tanggap),* reliability *(kehandalan), dan a*ssurance *(jaminan).*
2. *Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu layanan dan harapan-harapannya.*
3. *Loyalitas pelanggan adalah kesetiaan seseorang atas suatu produk, baik barang maupun layanan tertentu.*
4. *Rumah makan atau restoran adalah salah satu jenis usaha jasa pangan yang bertempat di sebagian atau seluruh bangunan yang permanen, dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan, penyajian serta penjualan makanan dan minuman bagi umum di tempat usahanya*
5. *Pelanggan adalah seseorang yang menjadi terbiasa untuk membeli yang terbentuk melalui perubahan dan interaksi yang sering selama periode waktu tertentu (Griffin, 2003)*
6. *Konsumen adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi (Kotler, 2000)*