

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan penelitian Deskriptif, analisis deskriptif menggambarkan dan meringkaskan berbagai kondisi, situasi, atau berbagai variabel. Analisis deskriptif berkaitan dengan pengumpulan data untuk memberikan gambaran atau penegasan suatu konsep atau gejala, juga untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan sehubungan dengan status objek saat ini.

Analisis deskriptif terbatas pada usaha mengungkapkan suatu masalah, keadaan atau peristiwa sebagaimana adanya. Sifatnya hanya mengungkap fakta. Hasil penelitian lebih ditekankan pada pemberian gambaran secara objektif tentang keadaan yang sebenarnya dari objek yang diselidiki. Akan tetapi, guna mendapatkan manfaat yang lebih luas disamping mengungkap fakta, diberikan interpretasi yang cukup kuat (Sugiyono, 2009). Dalam penelitian ini peneliti mengungkapkan masalah-masalah yang dirasakan oleh konsumen El's Coffee berhubungan dengan kepuasan.

3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer didapat melalui responden, pengamatan serta pencatatan langsung tentang keadaan yang ada dilapangan. Sugiyono (2009:193). Dalam hal ini dapat berupa jawaban pada kuesioner penelitian yang diberikan kepada konsumen El's Coffee Teluk Betung Bandar Lampung.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber yang tidak memberikan data kepada pengumpul data. Misal lewat orang atau lewat dokumen. Data sekunder umumnya berupa bukti atau catatan secara historis yang telah tersusun dalam arsip yang dipublikasikan dan tidak dipublikasikan. Sugiyono (2009:193). Data sekunder ini diperoleh beberapa referensi seperti literatur, arsip, internet dan berbagai data lain yang dibutuhkan dan berkaitan dengan masalah penelitian.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Teknik yang digunakan dalam metode ini adalah dokumentasi, yaitu dilakukan dengan mengkaji berbagai teori dan bahasan yang relevan dengan penyusunan skripsi ini seperti data yang bersumber dari berbagai referensi seperti literatur, arsip, dan data lain yang dibutuhkan dalam penelitian berupa teori tentang kepuasan konsumen terkait pembelian produk.

2. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Dalam metode penelitian lapangan menggunakan teknik kuesioner. Teknik ini dilakukan dengan cara turun secara langsung ke lapangan penelitian untuk memperoleh data-data berkaitan dengan kebutuhan penelitian. Dalam penelitian ini kuesioner dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pengumpulan data dengan cara memberi pertanyaan tertulis kepada masyarakat yang telah membeli produk di El's Coffee Teluk Betung.

Jenis kuesioner tersebut adalah pertanyaan terstruktur dan pertanyaan tidak terstruktur. Pertanyaan terstruktur adalah pertanyaan yang jawabannya telah ditentukan sebelumnya, sehingga responden cukup memilih jawaban yang telah disediakan pada pertanyaan tersebut. Sedangkan pertanyaan tidak terstruktur adalah daftar pertanyaan yang memberi kebebasan kepada responden untuk menjawab pertanyaan itu dengan cara yang bebas, menurut pengertiannya sendiri, menurut logikanya sendiri, dengan memakai istilah dan gaya bahasanya sendiri.

Skala pengukuran penelitian ini yang digunakan adalah skala Linier Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu:

- | | | |
|--------|---------------------|--------|
| 1. SP | = Sangat Puas | Skor 5 |
| 2. P | = Puas | Skor 4 |
| 3. CP | = Cukup Puas | Skor 3 |
| 4. TP | = Tidak Puas | Skor 2 |
| 5. STP | = Sangat Tidak Puas | Skor 1 |

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2009:115). Adapun yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang telah membeli produk di El's Coffee Teluk Betung Bandar Lampung sebanyak 31.089 orang, jumlah tersebut didapat dari hasil jumlah pengunjung pada tahun 2016.

3.4.2 Sampel

Sugiyono (2009:116) Menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Prosedur yang digunakan dalam pemilihan sampel adalah pengambilan sampel dengan metode *judgement sampling* yaitu pengambilan sampel dimana peneliti telah terlebih dahulu menetapkan kriteria dari sampel yaitu responden yang berumur >17 tahun, responden yang telah membeli produk ≥ 3 kali, berdasarkan pertimbangan bahwa penarikan unsur penarikan sampel tersebut akan dapat membantu menjawab pertanyaan – pertanyaan penelitian yang sedang dilakukan.

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan menggunakan *nonprobability sampling* Untuk itu, sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar mewakili. Pengambilan sampel yang dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan :

N = Besarnya populasi

n = Besarnya sampel

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan yang masih ditoleri 10%

$$n = \frac{31.089}{1+(31.089)X(0,01)}$$

$$n = \frac{31.089}{1+310,89}$$

$$n = \frac{31.0898}{311,89}$$

n = 99,67 dibulatkan jadi 100

Dari sejumlah populasi sebanyak 31.089, diambil secara acak sampai ketemu menjadi 99,67 dan dibulatkan menjadi 100 responden.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel adalah segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan penelitian atau sering pula dinyatakan sebagai faktor-faktor yang berperan dalam peristiwa atau gejala yang akan diteliti. Variabel dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen/masyarakat dalam membeli produk di El's Coffee Teluk Betung Bandar Lampung.

3.6 Definisi dan Operasional Variabel

Definisi operasional variabel yang akan di gunakan dalam penelitian ini adalah:

Tabel 3.1 Definisi Konsep dan Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Kepuasan Konsumen	Menurut Kotler (2009:49) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang disebabkan oleh kinerja atau hasil suatu produk yang dirasakan, dibandingkan dengan harapannya.	Kepuasan dari konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang disebabkan oleh kinerja perusahaan atau hasil dari tanggapan konsumen setelah membeli produk di El's Coffee Teluk Betung.	Bukti Fisik (<i>Tangible</i>) Kepedulian (<i>Emphaty</i>) Kehandalan (<i>Releability</i>) Daya Tangkap (<i>Responsiveness</i>) Jaminan (<i>Assurance</i>)	Linier

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

Dalam penelitian ini yang ukur adalah variabel keputusan dan kepuasan konsumen. Uji persyaratan instrument penelitian menguji validitas dan reliabilitas.

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2009:177), Validitas digunakan untuk mengukur seberapa cermat tes kuesioner tersebut benar-benar mencerminkan variabel yang dapat di ukur, pada dasarnya uji validitas ini berfungsi untuk mengukur atau menguji apakah setiap butir instrumen benar-benar mengungkapkan indikator yang diteliti. Hal ini membuat peneliti menguji validitas dengan kuisisioner yang langsung diberikan kepada masyarakat yang membeli produk di El's Coffee Teluk Betung Bandar Lampung. Uji validitas dalam penelitian ini, menggunakan *product moment* pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 20.0.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2009:183), Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana mengukur data memberikan hasil relatif konsisten bila dilakukan pengukuran ulang pada subyek yang sama, fungsi dari uji reliabilitas adalah mengetahui sejauh mana keadaan alat ukur atau kuesioner (angket) tersebut. Hasil penelitian yang reliabel bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda, instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama, uji reliabilitas kuesioner menggunakan prosedur yang sama dengan uji validitas. Reliabel artinya konsisten atau stabil, suatu alat ukur dikaitkan reliabel apabila hasil alat ukur tersebut konsisten sehingga dapat dipercaya.

Uji reliabilitas pada penelitian ini, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Program and Service Solution*)

Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai r alpha indeks korelasi :

Tabel 3.2 Interpretasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi

Koefisien r	Reliabilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,0199	Sangat rendah

Sumber : Sugiyono (2009:183)

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Metode Deskriptif adalah suatu metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Sugiyono (2009: 29). Metode analisis deskriptif digunakan untuk mendapatkan gambaran tentang identitas dan latar belakang konsumen secara keseluruhan.

Rentang kepuasan berkisar dari 0 – 100 %. Berdasarkan Sugiyono(2009), untuk membuat skala linier numerik, pertama-tama kita cari rentang skala (RS) dengan rumus :

$$RS = \frac{b}{m-n}$$

Dimana : m = skor tertinggi

n = skor terendah

b = jumlah kelas atau kategori yang akan dibuat.

3.8.2 *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Metode pengukuran CSI menurut Stratford 2007 dalam Dedy Herdiansyah (2014:55) meliputi tahap-tahap sebagai berikut:

1. Menghitung *weighting factors* (WF), yaitu mengubah nilai rata-rata tingkat kepentingan atau *mean important score* (MIS) masing-masing atribut menjadi angka persentase (%) dari total nilai rata-rata tingkat kepentingan untuk seluruh atribut yang diuji.

Rumus :

$$WF = \frac{\text{Total MIS}}{\text{MIS}_i} \times 100\%$$

Dimana : i = atribut ke-i

2. Menghitung *weighted score* (WS), yaitu nilai perkalian antar nilai rata-rata tingkat kinerja atau kepuasan atau *mean satisfaction score* (MSS) masing-masing atribut dengan *weighting factors* masing-masing atribut.

Rumus :

$$WS = MSS \times WF$$

3. Menghitung *weighted average total* (WAT), yaitu menjumlahkan *weighted score* dari semua atribut.

Rumus :

$$WAT = WS1+WS2+....+WS...$$

4. Menghitung *customer satisfaction index* (CSI), yaitu *weighted average total* (WAT) dibagi *highest scale* (HS) atau skala maksimal yang digunakan (penelitian ini menggunakan skala maksimal 5), kemudian dikali 100 %.

Rumus :

$$CSI = \frac{WAT}{HS} \times 100\%$$

Tingkat kepuasan responden secara menyeluruh dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan. Kepuasan tertinggi dicapai bila CSI menunjukkan 100 %.