

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah Deskriptif. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang menggambarkan apa yang dilakukan oleh perusahaan berdasarkan fakta - fakta yang ada untuk selanjutnya diolah menjadi data Sugiono (2014:34). Metode ini digunakan untuk mengungkapkan suatu keadaan atau masalah sesuai apa adanya serta mengungkapkan fakta – fakta hubungan fenomena yang diteliti melalui pendeskripsian, pengembangan secara sistematis faktual dan akurat. Analisis data ini menggunakan metode *Importance Perpormace Analysis (IPA)* dan *Cutomer Satisfaction Index (CSI)*.

3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

3.2.1 Data Primer

Data Primer menurut Sugiyono (2014:129) adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dan pengisian kuisisioner oleh responden konsumen Dr.Koffie Bandar Lampung.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan beberapa tehnik dalam pengumpulan data yaitu:

3.3.1 Penelitian Lapangan (*Field Reserch*)

Menurut Sugiyono (2014:193) metode pengumpulan data adalah pengujian data yang berkaitan dengan sumber dan cara untuk memperoleh data penelitian. Dalam penelitian ini, metode yang dipergunakan adalah metode *survey* melalui angket, yaitu penelitian yang menggunakan metode pengumpulan data dengan cara membagikan kuisisioner kepada responden yang memuat daftar pernyataan tentang permasalahan yang sedang diteliti dan meminta kesediaan responden untuk menjawab daftar pertanyaan tersebut.

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data, pengumpulan data berdasarkan komunikasi langsung antara peneliti dengan responden untuk mendapatkan data analisis mengenai kepuasan konsumen atas kualitas produk dan kenyamanan tempat yang diberikan oleh Dr Koffie Bandar Lampung. Dalam penelitian ini menggunakan sistem angket yang diberikan kepada sampel. Dengan menggunakan instrumen metode angket, dengan jawaban sudah disediakan dan sampel hanya memilih jawaban tersebut dengan sebenarnya, metode angket ini mempermudah dan mempercepat memperoleh hasil yang diinginkan oleh peneliti. Keuntungan dengan menggunakan metode angket yaitu sampel dapat bebas menjawab dengan jujur dan tidak ada rasa malu.

Tabel 3.1
Instrument Skala Likert

Tingkat Kinerja	Tingkat Kepentingan/harapan
Sangat Puas = 5	Sangat Penting = 5
Puas = 4	Penting = 4
Cukup Puas = 3	Cukup Penting = 3
Kurang Puas = 2	Kurang Penting = 2
Tidak Puas = 1	Tidak Penting = 1

Sumber = Sugiyono (2014:133)

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini merupakan wilayah yang ingin diteliti oleh peneliti. Seperti menurut Sugiono (2011:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek / subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pendapat di atas menjadi salah satu acuan bagi penulis untuk menentukan populasi. Populasi yang akan penulis gunakan sebagai penelitian dalam meneliti masalah ini adalah konsumen Dr Koffie Bandar Lampung yang sebesar 18.354 pengunjung .

3.4.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin diteliti oleh peneliti. Menurut Sugiono (2011:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sehingga sampel merupakan bagian dari populasi yang ada, sehingga untuk pengambilan sampel harus menggunakan cara tertentu yang didasarkan oleh pertimbangan – pertimbangan yang ada. Dalam tehnik pengambilan sampel ini penulis menggunakan teknik *sampling purposive*. Sugiono (2011:84) menjelaskan bahwa *sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dari pengertian diatas agar memudahkan penelitian, penulis menetapkan sifat – sifat dan karakteristik yang digunakan dalam penelitian ini. Sampel yang akan digunakan penelitian memiliki ketentuan, konsumen Dr Koffie Bandar Lampung. Sampel dalam penelitian ini adalah Konsumen Dr Koffie oleh peneliti.

Adapun kriteria pemilihan sampel tersebut adalah :

1. Usia > 15 tahun
2. Konsumen yang mengunjungi Dr. Koffie

Rumus Slovin (V. Wiratna Sujarweni 2019) yang digunakan oleh peneliti untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti sebagai berikut:

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

Dimana:

n = Ukuran Sampel

N = Populasi

e = Presentasi kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan.

$$n = \frac{18354}{1+(18354 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{18354}{1+(18354 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{18354}{1+(183,54)}$$

$$n = \frac{18354}{184,54}$$

n = 99,46 dibulatkan menjadi 100.

Berdasarkan perhitungan tersebut maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan tingkat kepercayaan 95% dan tingkat error 10%.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel adalah konsep yang mempunyai variasi nilai – nilai, yaitu adanya variabel *dependet* and *independent*. Variabel *dependent* atau bisa di sebut variabel terkait adalah variabel yang dipengaruhi atau disebabkan adanya variabel *independent*. Sedangkan variable *Independen* adalah variabel yang mempengaruhi variabel *dependent*.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah pengertian variabel (yang diungkapkan dalam definisi konsep) tersebut, secara operasional, secara praktik, secara nyata dalam lingkup obyek penelitian/obyek yang diteliti. Variabel yang di gunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat.

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Kepuasan Konsumen	Menurut Kotler (2002) yang menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah	Menurut konsumen Dr Koffie mencerminkan perasaan senang ataupun kecewa atas pelayanan dan vasilitas yang di berikan	1. Bukti Langsung 2. Keandal 3. Daya Tanggap 4. Jaminan 5. Empati	Interval

	membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.	oleh Dr. Koffie dengan membandingkan dengan tempat lain.		
--	--	--	--	--

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Sangadji dan Sopiah (2010:147) validitas adalah kebenaran suatu pemikiran bahwa pemikiran benar – benar dilakukan. Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah intrumen yang di buat dapat mengukur apa yang di inginkan. Validitas adalah alat ukur yang digunakan dalam pengukuran yang dapat digunakan untuk melihat tidak adanya perbedaan antara data yang didapat oleh penelitian dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.

Untuk mengetahui validitas kuisisioner dalam penelitian ini menggunakan rumus korelasi *Product Moment Pearson* sebagai berikut:

$$r = \frac{n\sum xyz - \sum x. \sum y. \sum z}{\sqrt{[(\sum x^2) - (\sum x)^2]. (\sum y^2) - (\sum y)^2. (\sum z^2) - (\sum z)^2]}}$$

Keterangan :

r : koefisien product moment

n : jumlah responden

x,y : kuesioner

z : jumlah point

Kriteria pengujian :

1. Rumus Hipotesis

Ho = apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen valid

H1 = apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tidak valid

2. Menentukan nilai probabilitas (sig) pada nilai alpha 0,05
 Apabila probabilitas (sig.) < alpha 0,05 maka instrumen valid
 Apabila probabilitas (sig.) > alpha 0,05 maka instrumen tidak valid
3. Pengujian validitas instrumen dilakukan melalui program IBM SPSS
(statistical program and service solution seri 20.0)
4. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan antara r_{hitung} dengan r_{tabel} dan signifikan dengan alpha maka akan disimpulkan instrumen tersebut dinyatakan valid atau sebaliknya.

3.7.2 Uji Reabilitas Angket

Dalam penelitian ini, uji reabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik Formula Alpha Cronbach. Menurut Suharsimi Arikunto (2010:239), Rumus Alpha digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skor nya bukan 1 atau 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian. Reabilitas suatu indikator yang cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data memberikan hasil yang sama dalam mengukur hal dan subjek yang sama. *Reliabel* artinya konsisten atau stabil, suatu alat ukur dikaitkan reliabel apakah hasil alat ukur tersebut konsisten sehingga dapat dipercaya. Uji Reabilitas menunjukkan kepada suatu pengertian bahwa instrumen tersebut sudah baik. Reliabel artinya dapat dipercaya, untuk mengetahui tingkat reliabel kuisioner maka digunakan rumus Alpha Cronbach sebagai berikut :

$$R = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

R : indeks reliabilitas

K : banyak butir pertanyaan

σ_t^2 : varian total

$\sum \sigma_b^2$: jumlah varian butir

Tabel 3.3 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 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber: Sugiyono (2014:250)

Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 20.0*).

Penjelasan dan kesimpulan dengan membandingkan antara koefisien r dengan koefisien alpha cronbach maka akan disimpulkan instrumen tersebut dinyatakan reliabel sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, atau sangat rendah.

3.8. Metode Analisis Data

Alat analisis yang di gunakan dalam penelitian ini adalah :

3.8.1 Importance Performance Analysis (IPA)

Metode ini digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen berdasarkan sikap yang dirasakan terhadap kinerja *actual* yang diberikan perusahaan, baik dari segi produk maupun layanan Rambat Lupiyoadi (2015:240).

- 1) Menghitung nilai kesesuaian untuk menentukan prioritas perbaikan kinerja dalam meningkatkan kepuasan konsumen dengan rumus:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan:

Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kinerja perusahaan

Yi = Skor penilaian kepentingan konsumen

Setelah tingkat kesesuaian ini diperoleh selanjutnya menentukan urutan prioritas faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan menentukan skor total tingkat

kepentingan dan skor total tingkat kinerja serta skor rata-rata keseluruhannya melalui rumus dibawah ini:

- a) Menghitung skor rata-rata penilaian kinerja (x) dan skor rata-rata penilaian kepentingan/harapan (y)

$$x = \sum \frac{Xi}{n}$$

keterangan:

x = skala rata-rata tingkat kualitas produk

xi = indikator atau variabel-variabel yang memiliki masing-masing dimensi

$\sum xi$ = jumlah seluruh variabel-variabel yang memiliki masing-masing dimensi

n = jumlah responden

- b) Langkah kedua, mencari skala rata-rata tingkat kepentingan/harapan konsumen dengan menggunakan rumus:

$$Y = \sum \frac{Yi}{n}$$

Keterangan:

Y = skala rata-rata tingkat kepentingan konsumen

yi = indikator atau variabel-variabel yang mewakili masing-masing dimensi

$\sum yi$ = jumlah seluruh variabel-variabel yang mewakili masing-masing dimensi

n = jumlah responden

Nilai x dan y di jadikan dasar untuk menentukan posisi responden dalam diagram kartesius. Posisi responden tersebut dapat diketahui melalui perpotongan antara x dan y. sementara untuk menentukan absis dan ordinat yang membentuk diagram kartesius dicari melalui x dan y.

- c) Langkah ketiga, untuk mengetahui posisi responden dalam diagram kartesius:

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n Xi}{K} \quad \bar{y} = \frac{\sum_{i=1}^n Yi}{K}$$

Keterangan:

K = banyaknya variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen

\bar{x} = rata-rata dari skala rata-rata tingkat kualitas produk

\bar{y} = rata-rata dari skala rata-rata tingkat kepentingan/harapan konsumen

$\Sigma\bar{x}$ = jumlah dari skala rata-rata tingkat kualitas produk

$\Sigma\bar{y}$ = jumlah dari skala rata-rata tingkat kepentingan/harapan konsumen

Setelah diketahui skor dari *importance* dan *performance*, lalu dipertahankan ke dalam diagram kartesius (Gambar 3.1).

Kepentingan

High	Sangat Penting dan tidak puas Prioritas Utama (A)	Sangat penting dan sangat puas Pertahankan prestasi (B)
	Kurang penting dan tidak puas Prioritas Rendah (B)	Kurang penting dan sangat puas Berlebihan (D)
	High (kinerja/kepuasan)	Pelaksanaan

Gambar 3.1 Diagram Kartesius Rambat Lupiyoadi (2015:242)

a. Kuadran A (*attributes to improve*)

Wilayah ini memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh konsumen, tetapi pada kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai seperti yang konsumen harapkan (tingkat kepuasan yang diharapkan sangat rendah). Peubah-peubah yang masuk dalam diagram ini harus ditingkatkan, caranya perusahaan melakukan perbaikan terus-menerus, sehingga peubah performance yang ada dalam kuadran ini akan meningkat.

b. Kuadran B (*maintain to performance*)

Wilayah ini memuat faktor-faktor yang dianggap sangat penting oleh konsumen dan faktor-faktor tersebut dirasakan konsumen sesuai dengan harapan yang diinginkan, sehingga kepuasannya tinggi, peubah-peubah yang termasuk dalam kuadran ini harus tetap dipertahankan, karena semua peubah tersebut dianggap unggul di mata konsumen.

c. Kuadran C (*attributes to maintain*)

Wilayah ini memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh konsumen dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan peubah-peubah yang termasuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali, karena pengaruhnya terdapat manfaat yang dirasakan oleh konsumen sangat kecil.

d. Kuadran D (*main priority*)

Wilayah ini memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh konsumen dan dirasakan terlalu berlebihan. Peubah-peubah yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi, agar perusahaan dapat menghemat biaya.

3.8.2 Customer Satisfactio Index (CSI)

Customer Satisfaction Index digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk/jasa. Adapun cara untuk mengukur *Customer Satisfaction Index* dilakukan melalui empat tahap (Moh. Kurdi,2019:29)

1. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS)

Nilai ini berasal dari rata-rata kepentingan dan kinerja tiap responden

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

$$MSS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n}$$

Keterangan:

n = jumlah responden

Y_i = nilai kepentingan/harapan atribut ke-i

X_i = nilai kinerja atribut ke-i

2. Membuat *Weight Factors* (WF)

Bobot ini merupakan presentasi nilai MIS peratribut terhadap total MIS seluruh atribut.

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\%$$

Keterangan:

P = jumlah atribut kepentingan ke-p

i = atribut produk ke-i

3. Membuat *Weight Score* (WS)

Bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan rata-rata tingkat kepuasan X (Mean Satisfaction Score = MSS)

$$WS_i = WFi \times MSS_i$$

4. Menentukan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^P WS_i}{HS} \times 100\%$$

Dimana:

P = atribut kepentingan ke-p

HS = skala maksimum yang digunakan (*Highest Scale*)

Kriteria Index Kepuasan menggunakan skala maksimum 5 dengan kisaran 0,00 sampai dengan 1,00 yang dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 3.4 Kriteria Nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Nilai CSI	Kriteria CSI
81 % - 100%	Sangat Puas
66% - 80,99%	Puas
51% - 65,99%	Cukup Puas
35% - 50,99%	Kurang Puas
0% - 34,99%	Tidak Puas

Sumber: Menurut Fitriana,et.al (2014:287)