

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, pengambilan dan perolehan data dilakukan di *Warkop Bardiman* yang bertempat di Jalan Seturan Yogyakarta. Untuk pengukuran kualitas pelayanan, objek yang diteliti adalah konsumen dari *Warkop Bardiman*. *Warkop Bardiman* dengan berbagai macam varian. *menju Industri* melakukan operasi sejak tanggal 24 April 2014, di mana *Warkop Bardiman* ini beralamat pada Jl. Seturan Raya, Kav. Madukismo No.31, Yogyakarta.

3.2 Identifikasi Masalah

Pada penelitian ini dilakukan identifikasi masalah, yaitu dalam menentukan tingkat kepentingan dan kepuasan pelanggan *Warkop Bardiman*. Selanjutnya akan dianalisis dengan menggunakan metode *SERVQUAL* dan *Customer Statification Index* untuk mengetahui atribut atau faktor apa saja yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah salah satu subjek penting dalam sebuah penelitian. menurut (Sugiyono, 2010) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan transaksi pembelian di *Warkop Bardiman*. Berdasarkan dalam penejelasan populasi sendiri, , maka jumlah populasi pada penelitian ini tidak dapat ditentukan. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Madhan, 2017). Pada penelitian ini sampel yang diambil adalah konsumen *Warkop Bardiman* yang melakukan pembelian pada waktu penelitian. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan

yang melakukan pembelian di *Warkop Bardiman pada saat penelitian*. Pengambilan data populasi dilakukan secara *random* atau acak.

3.4 Skala *Likert*

Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap atau pendapat seseorang atau sejumlah kelompok terhadap sebuah fenomena sosial yang dimana jawaban setiap item instrumen mempunyai gradasi dari sangat negative sampai sangat positif (Sugiono, 2010). Menggunakan skala *Likert* variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variable, kemudian indikator tersebut dijadikan tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Berikut adalah skala yang dipakai pada penelitian ini :

1. Sangat Tidak Puas
2. Tidak Puas
3. Kurang Puas
4. Puas
5. Sangat Puas

3.5 Identifikasi Variabel Penelitian Kualitas Layanan

Penulisan variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah berdasarkan hasil observasi langsung dilapangan dengan melihat dan merasakan keadaan langsung, selain itu juga dengan melakukan wawancara terhadap pemilik *Warkop Badiman*.

Tabel 3. 1 Dimensi dan Atribut Pelayanan

No	Pernyataan
Dimensi <i>Tangible</i> (Bukti fisik)	
1	Jumlah meja makan memadai
2	Peralatan makan lengkap
3	Ketersediaan fasilitas penunjang (toilet, wastafel, tempat ibadah, <i>wifi</i>)
4	Ketersediaan lahan parkir yang cukup
5	Kerapian, kebersihan, dan kenyamanan restoran
6	Penampilan karyawan rapi
7	Kejelasan informasi di buku menu
Dimensi <i>Reliability</i> (Kehandalan)	
8	Ketepatan jam buka dan tutup restoran
9	Keseuaian menu yang di sajikan terhadap pesanan
10	Kualitas rasa makanan yang konsisten
11	Kecepatan waktu penyajian yang sesuai
12	Kemudahan mendapatkan informasi restoran melalui situs <i>web</i> & media sosial
13	Kemudahan dalam melakukan pemesanan melalui telepon
Dimensi <i>Responsiveness</i> (Daya tanggap)	

- 14 Ketanggapan karyawan dalam mengarahkan pelanggan langsung ke tempat duduk
- 15 Ketepatan karyawan dalam memberikan informasi menu
- 16 Kesediaan karyawan mendampingi pelanggan dalam memilih menu
- 17 Ketanggapan karyawan saat menerima keluhan pelanggan
- 18 Kecepatan karyawan dalam menangani transaksi

Dimensi Assurance (Jaminan)

- 19 Ketersediaan jaminan keamanan (CCTV, keamanan parkir, barang bawaan yang tertinggal)
- 20 Restoran bersedia mengganti makanan/minuman dengan yang baru jika terjadi hal-hal yang tidak diinginkan pelanggan
- 21 Karyawan memberikan penjelasan informasi secara akurat mengenai menu yang Ditawarkan
- 22 Karyawan menguasai informasi produk
- 23 Karyawan konsisten dalam bersikap (ramah, sopan, tanggap)
- 24 Kemudahan proses pembayaran

Dimensi Emphaty(Perhatian)

- 25 Karyawan memberikan perhatian personal kepada pelanggan (ucapan selamat datang, terima kasih, dan maaf jika terjadi sesuatu)
 - 26 Bahasa dan ucapan karyawan dalam menerangkan sesuatu mudah di pahami
 - 27 Karyawan sopan dalam melayani pelanggan
 - 28 setiap pelanggan mendapatkan pelayanan yang memuaskan
 - 29 manajemen restoran bersedia menerima kritik dan saran
-

3.6 Analisis Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara :

1. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan bertujuan agar peneliti menguasai konsep-konsep dan teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, dengan cara membaca dan mempelajari referensi-referensi yang telah ada seperti literatur, laporan ilmiah dan tulisan-tulisan ilmiah yang nantinya dapat digunakan sebagai landasan teori dalam penelitian ini. Menurut Kotler (dalam Firdaus *et al*, 2016) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Salah satu pendekatan kualitas jasa yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model Servqual yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithmal, dan Berry sebagai berikut:

1. Berwujud (*tangible*), yaitu adanya kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
2. Keandalan (*reliability*) yaitu adanya kemampuan pada perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan serta akurat dan terpercaya.
3. Ketanggapan (*responsiveness*) yaitu kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.
4. Jaminan dan kepastian (*assurance*) yaitu pengetahuan terhadap produk secara tepat, kesopanan memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi.
5. Empati (*empathy*) yaitu memberikan perhatian atas pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

2. Penelitian lapangan

Metode pengumpulan data ini dilakukan dengan cara melaksanakan penelitian langsung ke perusahaan yang ingin diteliti. Data yang diinginkan didapatkan dengan cara :

a. Observasi

Observasi adalah metode yang dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung ke obyek penelitian untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan secara actual. Disini peneliti mengamati bagaimana pelayanan yang diberikan kepada konsumen warkop bardiman. Proses pengamatan dimulai dari awal pelanggan datang, memesan dan membayar pesannya, kecepatan penyajian pesanan, keramahan pelayan kepada pelanggan, kesesuaian menu yang dipilih oleh pelanggan, sampai dengan pelanggan itu meninggalkan warkop bardiman.

b. Kuisisioner

Kuisisioner digunakan untuk mengetahui evaluasi terhadap pelayanan yang sudah ada dan mengetahui harapan pelanggan terhadap pelayanan yang akan didapatkan kedepannya. Dengan menggunakan kuisisioner peneliti akan mendapatkan data premier. Dimana dalam kuisisioner tersebut terdapat 5 dimensi yaitu dimensi *Tangible*, dimensi *Reliability*, dimensi *Responsiveness*, dimensi *Assurance*, dimensi *Emphaty*. Dalam setiap dimensi terdapat pertanyaan yang harus dijawab pelanggan Warkop Bardiman. Setelah semua data yang dibutuhkan terkumpul peneliti akan mengolah data-data

tersebut dengan menggunakan metode *Service Quality (Servqual)* dan *Customer Satification Index (CSI)*.

3.7 Jenis Data

Data yang digunakan untuk menyelesaikan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan oleh peneliti langsung dari lapangan, yang berupa :

- a. Data penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan.
- b. Data penilaian konsumen terhadap tingkat aspek pelayanan.
- c. Data history keadaan *cafe* dalam beberapa bulan/tahun terakhir.

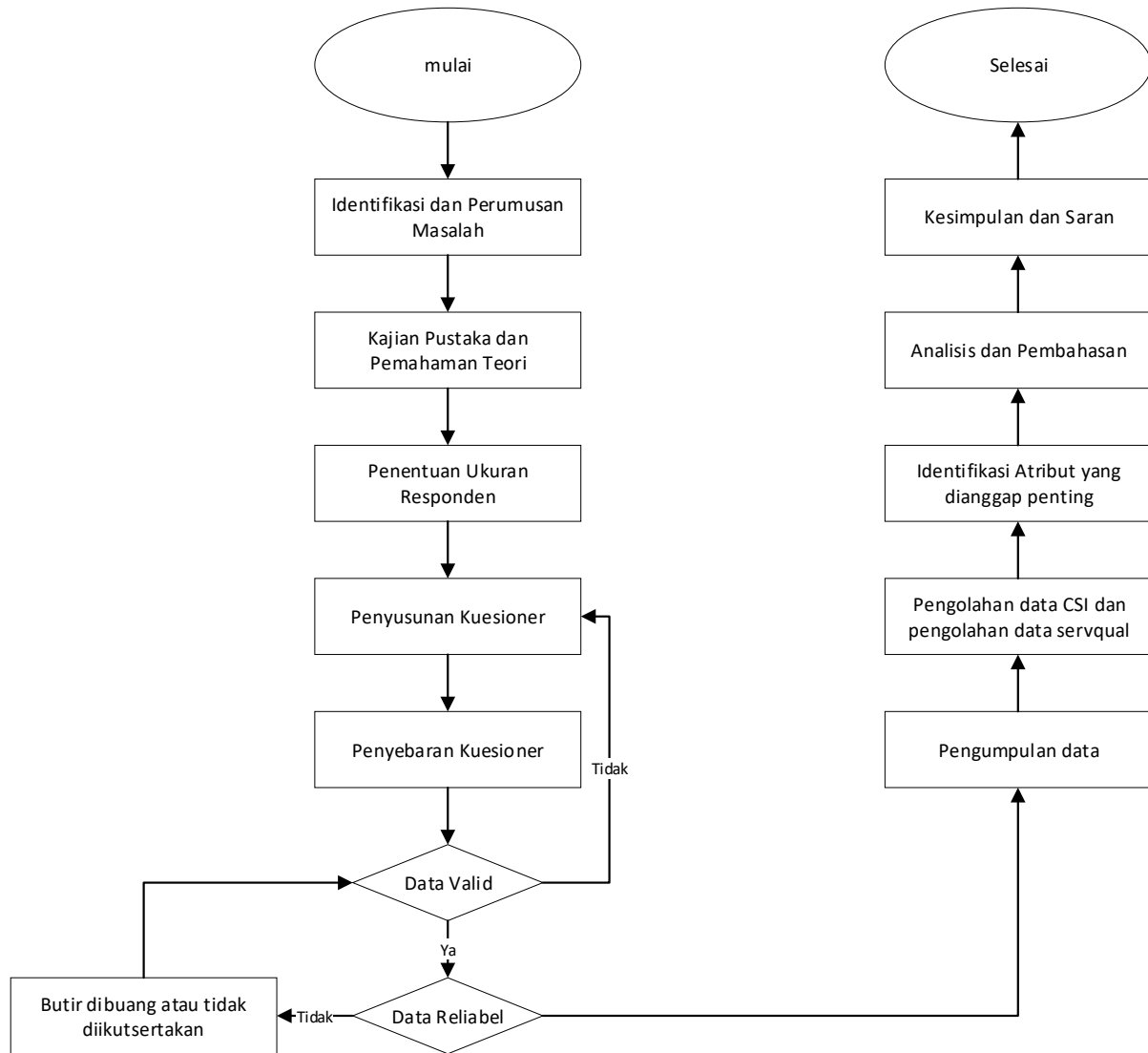
Data-data tersebut didapatkan dari :

- a. Data-data hasil kuesioner.
- b. Data wawancara dengan pemilik *Warkop Bardiman* dan karyawan.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data-data yang didapatkan dari hasil penelitian sebelumnya, jurnal. Dan referensi-referensi lainnya yang dapat digunakan untuk menggali teori-teori guna mendukung pemecahan masalah.

3.8 Flow Chart Penelitian



Gambar 3. 1 Flow Chart Penelitian

3.9 Penjelasan *Flowchart* Penelitian

Penjelasan *flowchart* dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Studi pustaka dan studi lapangan

Hal ini dilakukan terlebih dahulu agar apa yang dibahas sesuai dengan apa yang sedang terjadi serta terdapat referensi ataupun teori – teori yang ada sebagai penunjang/pemecah masalah dalam penelitian ini.

2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Setelah melihat realita yang terjadi dari studi lapangan serta mendapat teori – teori yang ada untuk penunjang dari penelitian ini, maka dilakukannya identifikasi masalah dan perumusan masalah hal ini dilakukan agar penyelesaian masalah sesuai dengan masalah yang sedang terjadi/lebih spesifik penyelesaian dari masalah yang ada.

3. Batasan dan Tujuan Penelitian

Batasan dilakukan agar pembahasan yang dilakukan tidak keluar dari sebuah topik/tema yang sudah ditentukan, selain itu juga dapat terfokus pada pemecahan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya, maka penelitian dilakukan dengan menggunakan batasan-batasan sebagai berikut, yaitu: Tempat pada penelitian ini ialah *Warkop Bardiman*. Penentuan tingkat kepuasan konsumen menggunakan metode *customer satisfaction index* dan untuk analisis *gap* menggunakan metode *service quality*, Responden merupakan pelanggan atau konsumen yang pernah menggunakan jasa di *Warkop Bardiman*. Pengambilan data menggunakan kuesioner. Tujuan dari penelitian adalah agar penelitian memiliki manfaat ataupun berguna bagi perusahaan, sehingga penerapannya dapat berguna bagi perusahaan.

4. Menentukan Atribut Kebutuhan Pelanggan dan Merancang Kuesioner

Menentukan atribut agar sesuai dengan kebutuhan pelanggan yang mana sudah diidentifikasi terlebih dahulu sebelumnya serta dirumuskan permasalahannya. Merancang kuesioner, kuesioner sebagai alat pengumpulan data dan kuesioner dirancang sesuai dengan persepsi konsumen (realita yang terjadi)

5. Penentuan Jumlah Sampel

Hal ini dilakukan sebelum menyebarkan kuesioner agar responden yang didapat sesuai dengan apa yang sudah ditetapkan pada rumus yang sudah diterangkan dihalaman sebelumnya, sudah disampaikan bagaimana perhitungan dari mencari sampel.

6. Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan menggunakan kuesioner yang telah disusun dan disesuaikan atribut – atribut yang ada dari perusahaan, responden yang mengisi data adalah pelanggan/konsumen dari perusahaan

7. Quality Control kuesioner

Melihat kesesuaian kuesioner yang ada, hal ini dimaksud untuk melihat data diri responden terisi dengan benar

8. Jumlah Sampel

Penjumlahan sampel dari kuesioner yang terkumpul, hal ini dilakukan apabila sampel tidak sesuai dengan yang dihitung/ ditetapkan (minimal 69) maka akan dilakukan pengumpulan data kembali melalui penyebaran kuesioner.

9. Validasi

Uji validasi dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Dalam hal ini apabila suatu variable semakin tinggi, maka uji tersebut sesuai semakin mengenai sasarannya dan semakin mencakup apa yang harus ditunjukkannya.

10. Reliabilitas

Indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Dalam hal ini keandalan dapat diartikan, variabel – variabel dalam kuesioner ditanyakan pada beberapa responden yang berbeda, hasilnya tidak akan menyimpang terlalu jauh dari rata – rata jawaban responden untuk variable tersebut. Dan uji ini dilakukan untuk mengetahui konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama.

11. Rekapitulasi Data Kuesioner Persepsi dan Harapan Konsumen

Setelah melakukan uji validasi dan uji reliabilitas tahap selanjutnya adalah rekapitulasi tahap ini mengumpulkan data hasil jawaban responden kemudian dilanjutkan untuk tahap ke pengolahan data

12. Pengolahan Data *Customer Satisfaction Index*

Setelah data direkapitulasi dan melalui pengujian validasi dan reliabilitas maka pengolahan data dengan tahap metode *Customer Satisfaction Index* yang mana akan menghasilkan angka tingkat kepuasan pelanggan

13. Pengolahan Data *Service Quality*

Pengolahan data *service quality* akan menghasilkan nilai *gap* atau kesenjangan, maka akan diketahui atribut – atribut mana yang harus dilakukan perbaikan.

14. Analisis dan Pembahasan

Analisis secara keseluruhan terhadap kualitas pelayanan yang telah terjadi diperusahaan selama ini. Serta pembahasan faktor atau atribut yang menjadi sebuah perhatian khusus untuk dilakukannya sebuah perbaikan.

15. Kesimpulan dan saran

Kesimpulan yang didapat mengenai apa yang terjadi diperusahaan selama dilakukannya penelitian tersebut, serta saran sebagai rekomendasi strategi peningkatan kualitas pelayanan yang lebih baik.

3.10 Pengujian Alat Ukur

Proses dalam pengujian alat ukur dapat dilakukan dengan :

1. Uji Kecukupan Data

Uji kecukupan data berfungsi untuk mengetahui apakah data yang diambil sudah cukup atau tidak untuk mewakili suatu populasi, dengan melakukan perhitungan data , maka diketahui berapa banyak jumlah data minimal yang dibutuhkan. Dengan menggunakan tingkat kepercayaan 90% dan tingkat ketelitian dengan perhitungan rumus sebagai berikut :

Dalam penelitian ini, maka jumlah sampel yang akan diteliti mengikuti rumus di bawah ini (Djarwanto & Subagyo, 2010):

$$n = \frac{1}{4} \left(\frac{Z \frac{1}{2} \alpha}{E} \right)^2$$

Di mana:

n : Jumlah sampel

$Z \frac{1}{2} \alpha$: Batas luar daerah. Nilai $Z \frac{1}{2} \alpha$ adalah sebesar 1,64. Angka ini didapat dari tabel Z,

E : Kesalahan maksimum yang mungkin dialami.

Dengan taraf signifikansi (α) sebesar 5% dan kesalahan maksimum yang mungkin dialami (E) adalah sebesar 10% sedangkan deviasi standar rata-ratanya tidak diketahui, , maka besarnya sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak:

$$n = \frac{1}{4} \left(\frac{1.64}{0.1} \right)^2 = 67,24 = 68$$

Berdasarkan rumus di atas, , maka jumlah sampelnya adalah 68 orang

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dengan sampel mudah (*convenience sample*) yaitu peneliti memilih responden berdasarkan kemudahan atau kebetulan saat menemui konsumen

2. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui keakuratan dari masing – masing pertanyaan pada kuesioner yang telah disebar. Dimana didalam kuisisioner dibedakan antara harapan pelanggan dan persepsi pelanggan yang didalamnya terdapat 5 dimensi yaitu dimensi *Tangible*, dimansi *Reliability*, dimensi *Responsiveness*, dimensi *Assurance*, dimensi *Emphaty*. Maka dilakukan uji validitas untuk megetahui data harapan pelanggan dan persepsi pelanggan yang memiliki 5 dimensi tersebut sudah valid atau tidak valid. Untuk mengukur validitas digunakan alat berupa *software SPSS*. Uji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan setiap nilai pada setiap butir pertanyaan dengan nilai total seluruh butir pertanyaan untuk satu variabel. Hasil pengujian valid apabila r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} dihitung menggunakan rumus :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Sumber : (Somantri & Muhidin, 2006)

Keterangan:

r_{xy} : Koefisien korelasi *product moment*

N : Jumlah Subyek

X : Skor item

Y : Skor total

$\sum X$: Jumlah skor item

$\sum Y$: Jumlah skor total

$\sum X^2$: Jumlah kuadrat skor item

$\sum Y^2$: Jumlah kuadrat skor total

3. Uji Reliabilitas

Uji digunakan untuk mengetahui tingkat reliabilitas dari masing-masing pertanyaan pada kuesioner. Dimana didalam kuisisioner dibedakan antara harapan pelanggan dan persepsi pelanggan yang didalamnya terdapat 5 dimensi yaitu dimensi *Tangible*, dimensi *Reliability*, dimensi *Responsiveness*, dimensi *Assurance*, dimensi *Emphaty*. Maka dilakukan uji Reliabilitas untuk megetahui data harapan pelanggan dan persepsi pelanggan yang memiliki 5 dimensi tersebut sudah reliabel atau tidak reliabel. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel jika jawaban dari seseorang terhadap pertanyaan – pertanyaan tersebut tetap stabil dan konsisten dari waktu ke waktu. Untuk melakukan uji reliabilitas digunakan alat, yaitu *software SPSS*. Berikut rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum S^2 j}{S^2 x} \right)$$

Sumber : (Nurdiyanti, 2010)

Keterangan:

α = koefisien reliabilitas alpha

k = jumlah item

S_j = varians responden untuk item I

S_x = jumlah varians skor total

3.10.1 Pengolahan Data *Servqual*

Berikut adalah hal yang perlu dilakukan dalam menghitung menggunakan metode *Servqual* :

1. Menghitung *Mean* Persepsi dan Harapan

Menghitung rata-rata (*mean*) untuk tiap-tiap atribut yang diukur. Langkah ini dilakukan dengan menghitung rata-rata *score* dari tiap atribut dari persepsi dan harapan.

2. Penghitungan Nilai *Servqual* (*Gap*)

Menghitung nilai *Servqual* dengan mengurangkan nilai rata-rata persepsi aktual dengan nilai rata-rata harapan responden.

$$\text{Nilai } Servqual = (\text{rata - rata persepsi}) - (\text{rata - rata harapan})$$

3.10.2 Analisis Data

Setelah menentukan jumlah sampel, uji validitas dan reliabilitas dan telah mendapatkan bobot untuk tiap variabel kualitas, , maka dilakukan analisis terhadap data *Servqual* tersebut. Analisa dilakukan terhadap tingkat kepuasan pengunjung terhadap pelayanan pada Warkop Bardiman. Hal yang dilakukan adalah dengan cara menganalisa tingkatan *Gap* yang didapatkan dari tiap variabel atau atribut, , sehingga didapatkan rekomendasi untuk perusahaan mengenai atribut yang memiliki tingkat prioritas perbaikan tertinggi agar ditingkatkan kualitas atribut jasa tersebut.