

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian yang ditujukan untuk menganalisis kepuasan pelanggan Supermarket yang merupakan studi kasus di Supermarket Ramayana Salatiga menggunakan metode penelitian yang terdiri dari lokasi penelitian, variabel penelitian, definisi operasional variabel, alat pengumpul data, teknik pengumpulan data, populasi dan sample, dan teknik analisis data.

#### **3.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Supermarket Ramayana yang berada di kota Salatiga, dimana letak dari Supermarket ini berada di pusat keramaian kota Salatiga.

#### **3.2 Variabel Penelitian**

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini untuk analisis kepuasan pelanggan di Supermarket Ramayana Salatiga terdiri atas dua variabel yaitu :

- a. Variabel harapan yang terdiri dari lima dimensi :
  - Variabel produk
  - Harga
  - Kualitas pelayanan

- Faktor emosional, dan
  - Kemudahan dijangkau.
- b. Variabel kinerja yang merupakan evaluasi dari pelaksanaan variabel harapan yang juga terdiri dari lima dimensi :
- Variabel produk
  - Harga
  - Kualitas pelayanan
  - Faktor emosional, dan
  - Kemudahan dijangkau

### 3.3 Definisi Operasional Variabel

a. Produk

Produk adalah semua barang beserta atribut yang ada di dalamnya, seperti merk, kemasan, warna, yang ditawarkan kepada konsumen.

Dalam penelitian ini atribut atau indicator empiric yang digunakan adalah :

- Produk yang dijual lengkap
- Produk yang dijual mempunyai kualitas yang baik

b. Harga

Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanan.

Atribut yang digunakan untuk mengukur harga adalah :

- Produk yang dijual dengan harga lebih murah.

- Produk yang di jual masih terjangkau oleh pelanggan.

c. Kualitas Pelayanan (*service quality*)

Kualitas pelayanan adalah jasa yang diberikan kepada konsumen dalam memberikan informasi untuk memilih dan menentukan produk yang ingin dibeli konsumen.

Atribut yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan :

- Pramuniaga yang ramah selalu siap melayani pelanggan.
- Kecepatan pramuniaga dalam melayani pelanggan.
- Tempat belanja yang nyaman.
- Tempat parkir yang memadai.
- Pramuniaga membantu kesulitan pelanggan dalam mencari barang.

d. Faktor Emosional

Emosional adalah perasaan dan pikiran yang melekat pada seseorang dimana perasaan dan pikiran tersebut timbul atas pembelian dari suatu produk.

Atribut yang digunakan untuk mengukur faktor emosional :

- Pelanggan merasa bangga membeli produk di Supermarket ini.
- Pelanggan merasa percaya diri membeli produk di Supermarket ini.

e. Kemudahan dijangkau

Kemudahan dijangkau adalah suatu upaya konsumen untuk mendapatkan produk dengan mudah, nyaman, dan efisien.

Atribut yang digunakan untuk mengukur kemudahan dijangkau :

- Produk yang dibutuhkan pelanggan dapat dengan mudah didapatkan di Supermarket ini
- Pelanggan merasa nyaman dalam mendapatkan produk di Supermarket ini.

### 3.4 Alat Pengumpul Data

Instrumen atau alat pengumpul data yang digunakan adalah kuesioner dengan skala likert yang sebelumnya terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas

#### a. Uji Validitas

Uji Validitas yaitu suatu alat pengukuran yang menunjukkan seberapa jauh suatu alat ukur memiliki ketepatan dalam melakukan fungsi ukurnya. Rumus yang digunakan adalah product moment (Sutrisno Hadi, 1991, hlm 23-24 ).

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

dimana :

$r_{xy}$  = korelasi product moment

$N$  = cacah subyek uji coba

$\sum X$  = jumlah x (skor butir)

$\sum Y$  = jumlah y (skor faktor)

$\Sigma X^2$  = jumlah kuadrat

$\Sigma Y^2$  = jumlah y kuadrat

$\Sigma XY$  = jumlah perkalian x dan y

Jika r hitung > r tabel, maka pengukuran adalah valid (sahih)

Sedangkan hasil perhitungan validitas berdasarkan kuesioner yang telah disebarakan dengan menggunakan program bantu SPSS dengan hasil sebagai berikut :



Tabel 3.1.

## Uji Validitas Pertanyaan / Indikator Harapan

Variabel	Butir Pertanyaan	HARAPAN		
		r hasil	r tabel	Kesimpulan
PRODUK	Pertanyaan 1	0.4406	0.1193	Valid
	Pertanyaan 2	0.4406	0.1193	Valid
HARGA	Pertanyaan 3	0.7752	0.1193	Valid
	Pertanyaan 4	0.7752	0.1193	Valid
KUALITAS PELAYANAN	Pertanyaan 5	0.3224	0.1193	Valid
	Pertanyaan 6	0.3796	0.1193	Valid
	Pertanyaan 7	0.4624	0.1193	Valid
	Pertanyaan 8	0.5175	0.1193	Valid
	Pertanyaan 9	0.1472	0.1193	Valid
FAKTOR EMOSIONAL	Pertanyaan 10	0.6954	0.1193	Valid
	Pertanyaan 11	0.6954	0.1193	Valid
KEMUDAHAN DIJANGKAU	Pertanyaan 12	0.5206	0.1193	Valid
	Pertanyaan 13	0.5206	0.1193	Valid

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (Lampiran 2 – 11)

Tabel 3.2.

## Uji Validitas pertanyaan / indikator Kinerja

Variabel	Butir Pertanyaan	KINERJA		
		r hasil	r tabel	Kesimpulan
PRODUK	Pertanyaan 1	0.435	0.1193	Valid
	Pertanyaan 2	0.435	0.1193	Valid
HARGA	Pertanyaan 3	0.7833	0.1193	Valid
	Pertanyaan 4	0.7833	0.1193	Valid
KUALITAS PELAYANAN	Pertanyaan 5	0.6254	0.1193	Valid
	Pertanyaan 6	0.6466	0.1193	Valid
	Pertanyaan 7	0.5649	0.1193	Valid
	Pertanyaan 8	0.6667	0.1193	Valid
	Pertanyaan 9	0.5545	0.1193	Valid
FAKTOR EMOSIONAL	Pertanyaan 10	0.4863	0.1193	Valid
	Pertanyaan 11	0.4863	0.1193	Valid
KEMUDAHAN DIJANGKAU	Pertanyaan 12	0.4671	0.1193	Valid
	Pertanyaan 13	0.4671	0.1193	Valid

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (Lampiran 2 – 11)

Berdasarkan Tabel 3.1.dan 3.2 tersebut di atas dapat ditunjukkan bahwa alat pengukuran yang digunakan (pertanyaan / indicator empirik) dalam penelitian ini terbukti valid yang ditunjukkan oleh nilai  $r$  hasil  $>$   $r$  tabel.

### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauhmana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Rumus yang digunakan adalah Rumus Spearman Brown (Sutrisno Hadi, 1991, hlm.44).

$$r_{bb} = \frac{2(r_{xy})}{(1 + r_{xy})}$$

dimana :

$r_{bb}$  = koefisien korelasi genap gasal

$r_{xy}$  = koefisien korelasi produk moment

jika  $r_{bb} > 0.6$  maka kuesioner memenuhi syarat reabilitas atau reabel (andal).

Berdasarkan perhitungan uji Reliabilitas dengan menggunakan alat bantu SPSS v. 10 for Windows sebagai berikut :

Tabel 3.3  
Uji Reliabilitas Harapan

Variabel	HARAPAN		
	$r_{bb}$ (Alpha)	$r = 0.6$	Kesimpulan
PRODUK	0.6109	0.6	Reliabel
HARGA	0.8631	0.6	Reliabel
KUALITAS PELAYANAN	0.6031	0.6	Reliabel
FAKTOR EMOSIONAL	0.7998	0.6	Reliabel
KEMUDAHAN DIJANGKAU	0.6822	0.6	Reliabel

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (Lampiran 2 – 11)



Tabel 3.4.  
Uji Reliabilitas Kinerja

Variabel	KINERJA		
	r bb (Alpha)	r tabel	Kesimpulan
PRODUK	0.6039	0.6	Reliabel
HARGA	0.8631	0.6	Reliabel
KUALITAS PELAYANAN	0.8191	0.6	Reliabel
FAKTOR EMOSIONAL	0.7998	0.6	Reliabel
KEMUDAHAN DIJANGKAU	0.6368	0.6	Reliabel

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (Lampiran 2 – 11)

Berdasarkan tabel 3.3 dan 3.4 dapat ditunjukkan bahwa semua alat ukur yang digunakan adalah reliabel ditunjukkan dengan semua nilai  $r$  alpha > 0,6.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

#### a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dengan cara kuesioner, yaitu sejumlah pertanyaan secara tertulis yang akan dijawab oleh responden penelitian agar peneliti dapat memperoleh data lapangan atau empiris untuk memecahkan masalah penelitian dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Guna memperoleh data maka variabel masing – masing alternatif jawaban

ditetapkan. Guna memperoleh data maka variabel masing – masing alternatif jawaban kuesioner akan menggunakan metode *skala likert* yaitu lima buah kategori jawaban.

Untuk penilaian kepentingan diberikan bobot sebagai berikut:

- a. Sangat Penting(SP) diberi bobot 5.
- b. Penting (P) diberi bobot 4.
- c. Cukup Penting (CP) diberi bobot 3.
- d. Kurang Penting (KP) diberi bobot 2.
- e. Tidak Penting (TP) diberi bobot 1.

Untuk kinerja atau penampilan diberikan bobot sebagai berikut:

- a. Sangat Tepat (ST) diberi bobot 5, berarti pelanggan sangat puas.
- b. Tepat (T) diberi bobot 4, berarti pelanggan puas.
- c. Cukup Tepat (CT) diberi bobot 3, berarti pelanggan cukup puas.
- d. Tidak Tepat (TT) diberi bobot 2, berarti pelanggan kurang puas.
- e. Sangat Tidak Tepat (STT) diberi bobot 1, berarti pelanggan tidak puas.

### 3.6 Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah suatu kesatuan individu atau subyek pada wilayah dan waktu tertentu dengan kualitas tertentu pula, yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen Supermarket Ramayana di Salatiga yang sedang berkunjung di Supermarket.

#### 2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang hendak diteliti dan dianggap bisa mewakili dari keseluruhan populasi, dalam penelitian ini yang menjadi sampel adalah sebagian dari konsumen Supermarket Ramayana Salatiga. Penentuan sampel dalam penelitian ini didasarkan pada metode *convinience sampling*, yaitu dengan cara meminta kesediaan konsumen yang sedang berkunjung di Supermarket Ramayana Salatiga.

Penetapan jumlah sampel sebanyak 120 responden berdasarkan rumus (Suprijanto, 2001, hal 41) sebagai berikut :

$$E = 1,96 \sqrt{\frac{P(1-P)}{N}}$$

dimana :

$$N = P(1-P) \left[ \frac{1,96}{E} \right]^2$$

N = Jumlah Sampel

P = Prosentase Proporsi sampel

P (1-P) = Besarnya populasi yang tidak diketahui

E = Error (tidak lebih 10 %).

P = antara 0 – 1

F(P) = P(1-P) = P - P<sup>2</sup>

P max. bila  $\frac{df(P)}{dP} = 0$

0 = 1 - 2P      P = ½

Populasi P(1-P) = ½ x (1 - ½) = ½ x ½ = ¼

Error tidak lebih 10 % diambil 9 %.

$$N = \left[ \frac{1,96}{0,09} \right]^2 = 118$$

dibulatkan menjadi = 120 orang.

### 3.7 Teknik Analisis Data

#### a. Analisa Kualitatif

Analisa kualitatif adalah analisa data yang tidak berbentuk angka yang digunakan untuk mengartikan hasil dari analisa data.

#### b. Analisa Kuantitatif

Analisa kuantitatif adalah analisa data yang didasarkan pada angka dengan perhitungan secara matematis, tujuan dari analisa kuantitatif ini adalah untuk menguji dan membuktikan hipotesis yang telah ditetapkan penulis pada penelitian ini.

Untuk menganalisa data yang dikumpulkan dari hasil penyebaran angket, akan digunakan metode analisa diagram kartesius.

Adapun langkah-langkah pehitungannya adalah sebagai berikut:

1. Menentukan tingkat kesesuaian responden.

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja atau pelaksanaan dengan skor kepentingan. Dalam penelitian ini terdapat 2 buah variabel yang diwakilkan oleh huruf X dan Y , dimana X merupakan tingkat kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan para pelanggan, sedangkan Y merupakan tingkat kepentingan pelanggan.

Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

(J. Supranto, 2001, hlm.241 )

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

Tki : Tingkat kesesuaian responden

Xi : Skor penilaian kinerja perusahaan

Yi : Skor penilaian kepentingan pelanggan

2. Menentukan sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor kinerja perusahaan, dan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan pelanggan. Dalam penyederhanaan rumus, maka untuk setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan:

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

$\bar{X}$  = Skor rata-rata tingkat pelaksanaan / kepuasan

$\bar{Y}$  = Skor rata-rata tingkat kepentingan

n = Jumlah responden

3. Menghitung nilai rata-rata dari rata-rata yaitu menghitung  $\bar{x}$  dimana  $\bar{x}$  merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja dan menghitung  $\bar{y}$  dimana  $\bar{y}$  merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan pelanggan.

Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum_i^N = \bar{X}_i}{K}$$

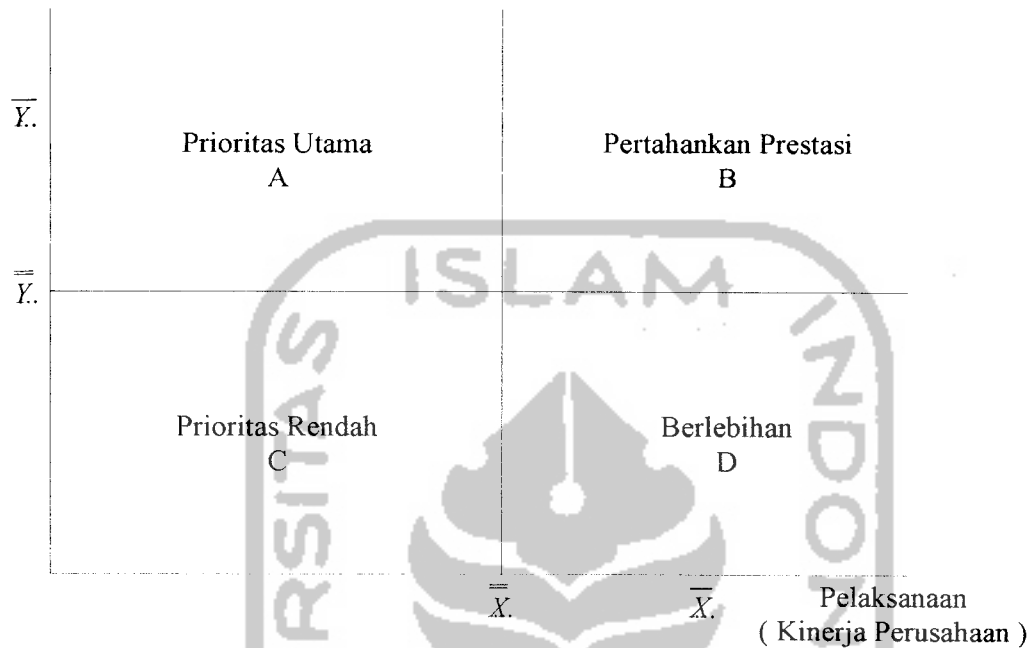
$$\bar{Y} = \frac{\sum_i^N = \bar{Y}_i}{K}$$

K : Banyaknya atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

4. Menjabarkan dan membagi tingkat-tingkat unsur tersebut menjadi empat bagian ke dalam diagram kartesius.

## Diagram Kartesius

Tingkat Kepentingan



Keterangan :

- A : Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan pelanggan, sehingga mengecewakan atau tidak puas.
- B: Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankannya. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.

C : Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.

D : Menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.

