

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Objek Penelitian**

Objek penelitian ini adalah kepuasan konsumen di Restoran Waroeng Spesial Sambal (SS). Pengambilan sampel dari respondel dilakukan terhadap konsumen yang mengunjungi Restoran Spesial Sambal (SS) dan konsumen sekitar.

#### **3.2. Jenis Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari lapangan. Data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini antara lain persepsi serta harapan dari para konsumen mengenai Restoran Spesial Sambal (SS).

#### **3.3. Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Kuesioner disebarkan kepada responden pengunjung restoran Spesial Sambal (SS) yang terdiri dari pertanyaan mengenai 6 dimensi dari *modified SERVQUAL*.

#### **3.4. Populasi dan Sampel**

##### **3.4.1. Populasi**

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen langsung Restoran Spesial Sambal (SS) dan konsumen sekitar (warga) yang bertempat tinggal atau beraktivitas di sekitaran lingkup restoran.

##### **3.4.2. Sampel**

Sampel dalam penelitian ini untuk konsumen langsung adalah setiap pengunjung Restoran Spesial Sambal berumur 18-50 tahun yang pernah atau sedang berada di dalam restoran. Dan untuk konsumen sekitar menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria sampelnya adalah warga yang berada dalam radius 100

meter dari lokasi restoran yang turut menikmati pengaruh dari restoran, tidak harus pernah memakan makanan restoran namun mengetahui adanya restoran.

### **3.5. Variabel Penelitian**

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas bertindak sebagai input penelitian yaitu *tangibles*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, *empathy*, dan *environment*. Variabel terikatnya adalah kepuasan konsumen.

#### **3.5.1. Tangibles**

*Tangibles* meliputi fasilitas fisik, penampilan karyawan, peralatan dan perlengkapan yang digunakan untuk menyediakan pelayanan, penampilan fisik dari pelayanan seperti kartu plastik kartu kredit atau buku tabungan, dan konsumen lain di fasilitas pelayanan.

#### **3.5.2. Responsiveness**

*Responsiveness* berfokus kepada kemauan atau kesiapan pekerja untuk menyediakan pelayanan yang melibatkan kecepatan seperti mengemail transaksi, menelpon balik konsumen secepatnya, dan memberikan pelayanan yang cepat seperti mengatur janji secepatnya.

#### **3.5.3. Reliability**

*Reliability* melibatkan konsistensi dari performa dan dapat diandalkan. Ini berarti bahwa perusahaan dapat melakukan pelayanan dengan benar sejak awal. Juga dapat berarti perusahaan menghargai sesuatu yang telah dijanjikannya. Khususnya itu meliputi: ketepatan dalam memberi tagihan, menjaga catatan-catatan dengan benar, melakukan pelayanan dalam waktu yang telah direncanakan.

#### **3.5.4. Assurance**

*Assurance* didefinisikan sebagai sejauh mana perusahaan memiliki pengetahuan, kesopanan, dan mampu menginspirasi terhadap konsumen.

#### **3.5.5. Empathy**

*Empathy* didefinisikan sebagai kepedulian dan perhatian perusahaan kepada konsumen.

#### **3.5.6. Environment**

*Environment* atau lingkungan menurut *Merriam-Webster* adalah keadaan, benda, atau kondisi di mana hal itu mengelilingi seseorang. Lingkungan menjadi

hal yang penting bagi keberlangsungan perusahaan. Jika perusahaan dapat menciptakan lingkungan yang baik dan kondusif, maka kegiatan-kegiatan dari perusahaan akan berjalan dengan lancar atau baik. Menurut Brian Rothery (1995. p. 45-46) masalah-masalah umum yang dapat muncul mengenai lingkungan adalah:

- Emisi udara
- Pembuangan limbah cair
- Penyediaan air minum dan pembuangan limbah rumah tangga
- Limbah
- Gangguan
- Kebisingan
- Bau
- Radiasi
- Fasilitas, tanaman, dan kehidupan liar
- Pengembangan daerah pinggiran
- Perencanaan fisik
- Analisis dampak lingkungan
- Pengemasan
- Penggunaan bahan
- Penggunaan energi

Berdasarkan masalah-masalah umum diatas, akan diambil beberapa permasalahan yang berkaitan langsung dengan konsumen seperti Kebisingan, Bau, Fasilitas tanaman, radiasi seperti pencahayaan dari lampu, dan tentang penanganan limbah.

### 3.6. Metode Analisis Data

#### 3.6.1. Penentuan Jumlah Sampel

Sebelum peneliti mengumpulkan data kuesioner, peneliti lebih dahulu menentukan jumlah sampel responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Penentuan jumlah sampel memakai rumus sebagai berikut (Lemeshow et al, 1990):

$$N = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 \cdot P(1-P)}{d^2} \dots\dots\dots(3.1)$$

Keterangan:

Z = tingkat kepercayaan 90% (1,65).

P( 1- P) = Variasi populasi. Dinyatakan dalam bentuk proporsi yang dibagi ke dalam dua bagian dengan total 100% atau 1.

d = *Sampling error* / kesalahan sample yang dikehendaki.

Jika hasil perhitungan  $N \geq N'$  maka data dianggap cukup.

### 3.6.2. Uji Validitas

Uji validitas adalah tingkat kemampuan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur (Singarimbus, 1989). Pengujian validitas dapat dilakukan dengan metode uji *Spearman's Rank Correlation* (Sheskin, 2004), dengan formula:

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum b_i^2}{n(n^2-1)} \dots \dots \dots (3.2)$$

keterangan:

$\rho$  = koefisien korelasi *Spearman*

$b_i$  = perbedaan dari tiap variabel

n = jumlah data

kemudian, nilai  $\rho$  dibandingkan dengan nilai  $\rho$  (rho) tabel untuk  $\alpha = 0,05$ .

Dengan hipotesis:

Ho :  $\rho = 0$  (tidak terdapat hubungan antar variabel)

Hi :  $\rho \neq 0$  (terdapat hubungan antar variabel)

### 3.6.5. Uji Reliabilitas

Reabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan bila dipakai dua kali apakah masih relatif konsisten (Singarimbus, 1989). Dengan kata lain reliabilitas merupakan keterpercayaan, keterandalan atau konsistensi. Metode yang digunakan dalam

menentukan tingkat reliabilitas adalah koefisien *Alpha Cronbach*. Dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,7 (Yamin & Kurniawan, 2009). Berikut merupakan klasifikasi dari nilai *Cronbach Alpha*:

Tabel 3.1 Klasifikasi *Cronbach Alpha*

<i>Cronbach Alpha</i>	Konsistensi
$\alpha \geq 0,9$	Sangat bagus
$0,8 \leq \alpha < 0,9$	Bagus
$0,7 \leq \alpha < 0,8$	Diterima
$0,6 \leq \alpha < 0,7$	Dipertanyakan
$0,5 \leq \alpha < 0,6$	Kurang
$\alpha < 0,5$	Tidak diterima

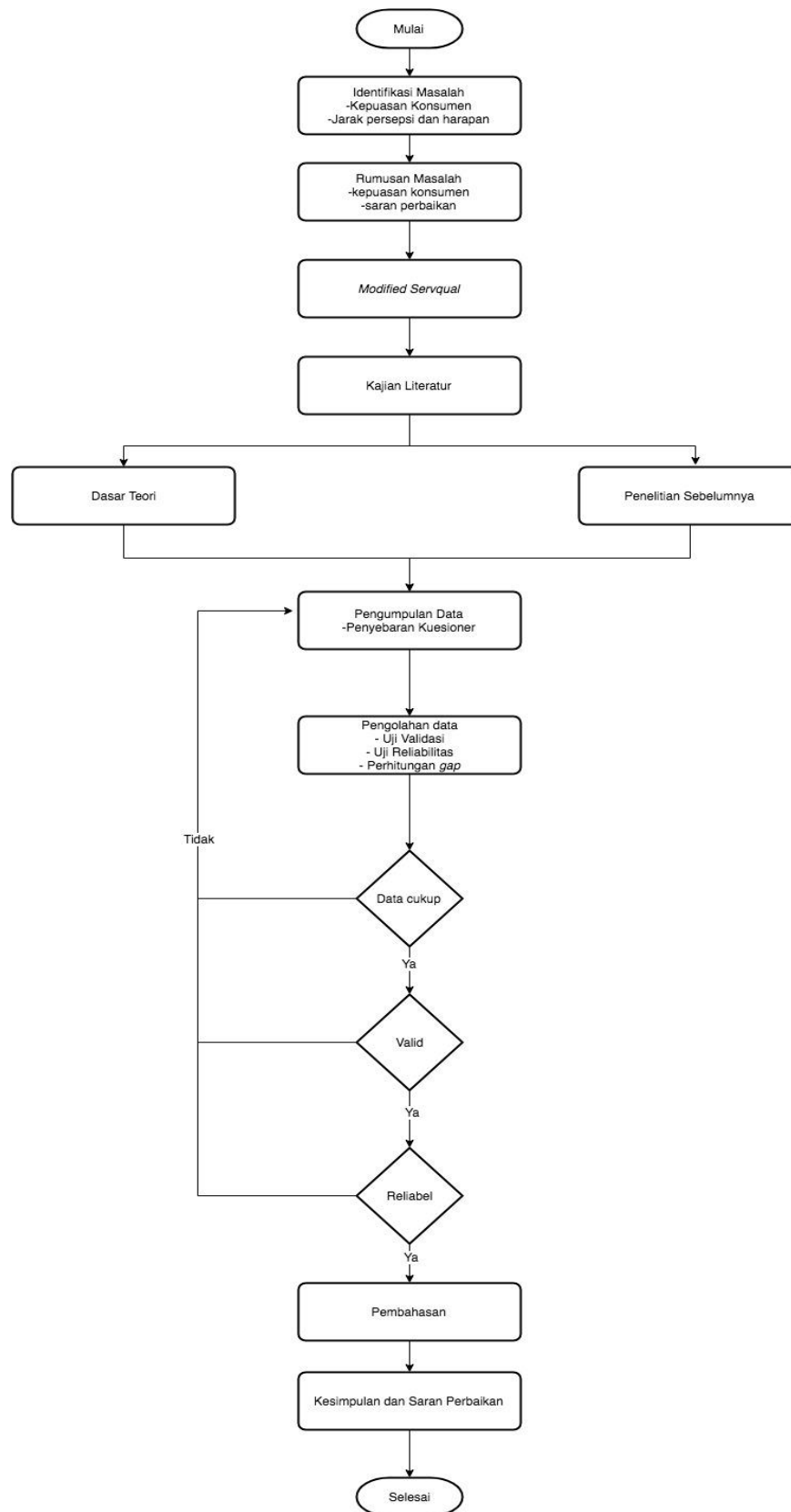
Formula statistik untuk menghitung *cronbach's alpha* yaitu:

$$\alpha = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum s_j^2}{s_x^2} \right] \dots\dots\dots (3.3)$$

Keterangan:

- k = banyak belahan tes
- $s_j^2$  = varians belahan j; j= 1,2,..., k
- $s_x^2$  = varians skor tes

### 3.7 Diagram Alir Penelitian



Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian

Penelitian ini dimulai dengan mengidentifikasi masalah yang ada di Restoran Spesial Sambal. Identifikasi berfokus pada kepuasan konsumen di Restoran Spesial Sambal (SS) dan jarak antara persepsi konsumen dengan harapan konsumen. Setelah itu menentukan rumusan masalahnya yaitu menganalisis seberapa besar kepuasan pelanggan di restoran Spesial Sambal (SS) dan bagian mana yang menjadi prioritas untuk dilakukan perbaikan. Setelah menentukan rumusan permasalahannya, lalu dilakukanlah kajian literatur. Kajian literatur terbagi menjadi dua, yaitu kajian mengenai dasar teori dan kajian mengenai penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Setelah dilakukan kajian teori, maka selanjutnya adalah pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen atau pelanggan restoran Spesial Sambal (SS) dan kemudian diolah apakah data yang telah didapatkan cukup atau tidak, jika tidak maka perlu dilakukan pengumpulan data kembali. Hal yang sama berlaku juga pada uji validitas dan uji reliabilitas. Setelah dilakukan pengujian data, setelah itu dilakukan pembahasan mengenai data *SERVQUAL* yang telah didapatkan. Pembahasan meliputi 6 dimensi *modified SERVQUAL* yang telah ditetapkan dan juga pembahasan mengenai jarak antara persepsi dan harapan. Setelah dilakukan pembahasan, lalu diambil kesimpulan dan saran perbaikan apa yang dapat diterapkan di restoran Spesial Sambal.