

BAB III

Metode Penelitian

Untuk menguraikan dan menjelaskan wacana ini penulis menggunakan metodologi penelitian yang mencakup lokasi penelitian, populasi dan penentuan sample, variable variable penelitian, tehnik pengumpulan data dan pengolahan data.

3.1. Lokasi penelitian

Lokasi pengambilan sample dilakukan di Tropis Café Resto di Jl.Timoho No.24., Jogjakarta.

3.2. Tehnik pengumpulan data

Data menurut sumbernya dibagi :

1.Data primer : data yang dikumpulkan dengan cara

1. Quitionere : Merupakan daftar pertanyaan yang diberikan atau dikirim kepada orang yang dimintai keterangan tentang dirinya (Marzuki, 1986). Kuesioner ini terdiri dari faktor pengaruh minat masyarakat beserta variabel-variabelnya. Ukuran variabel kuesioner ini menggunakan *Skala Likert*, yang terdiri dari empat poin, yaitu :

STS (Sangat Tidak Setuju)	diberi skor 1
TS (Tidak setuju)	diberi skor 2
S (Setuju)	diberi skor 3
SS (Sangat setuju)	diberi skor 4

2. *Observasi* : Cara pengumpulan data dengan cara melakukan peninjauan langsung ke lokasi.

3. *Interview* : Pengumpulan data dengan cara mengadakan tanya jawab kepada seluruh objek penelitian.

2. Data sekunder : data yang berasal dari catatan, literatur dan arsip yang sesuai dengan topik penelitian .

3.3. Populasi dan penentuan sample

Keseluruhan objek yang diteliti disebut populasi. Populasi yang diteliti adalah seluruh pengunjung atau tamu yang makan di Tropis Café Resto di Jl. Timoho 24. Pendekatan survei ini tidak melakukan pengamatan atau pengukuran terhadap seluruh anggota populasi, tetapi hanya menggunakan sebagian anggota populasi (Singarimbun, 1989 : 149).

Adapun metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*. Yang dimaksud dengan *simple random sampling* adalah bahwa setiap anggota dari populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dimasukkan sebagai sampel. Teknik ini dapat dilakukan dengan cara undian atau menggunakan tabel random sampling (Soeratno dan Lincoln Arsyad, 1993).

Sedangkan untuk menentukan besarnya sampel yang digunakan rumus berikut ini (Singarimbun dan Sofian Efendi, 1987):

$$n = 0,25 \times \left[\frac{z}{E} \right]^2$$

dimana:

n = Jumlah sampel

z = Luas kurva normal standar, sebesar 1,96

E = Kesalahan maksimum yang bisa diterima, sebesar 0,1

Dari rumus diatas maka besarnya jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan sebagai berikut:

$$n = 0,25 \times \left[\frac{1,96}{0,1} \right]^2$$

$$n = 0,25 \times (1,96)^2 = 96,04$$

Untuk mengakurat data, maka peneliti membulatkan sample sebesar 10 % :

$$n = (96,04 \times 10 \%) + 96,4$$

$$= (9,604) + 96,04$$

$$= 105,644 \sim 106,00$$

$$n = 106 \text{ orang}$$

3.4. Variabel penelitian

Dalam penelitian ini digunakan dua variable, yaitu variable bebas dan variable terikat, dimana variable bebas adalah kualitas pelayanan jasa dengan lima variable yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empaty*. Sedangkan variable terikatnya adalah tingkat kepuasan pelanggan.

Definisi operasional variable dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan jasa yang terdiri dari lima variable yaitu :

- a. Tangible (bukti langsung) dapat mencakup penampilan fasilitas atau elemen elemen fisik, personel, dan material material komunikasi. Tujuannya adalah untuk memperkuat kesan tentang kualitas, kenyamanan, dan keamanan dari jasa yang ditawarkan kepada konsumen.
- b. Reliability yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah dijanjikan berdasarkan prosedur operasional.
- c. Responsiveness yaitu kesediaan para staff untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- d. Assurance yaitu mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff bebas dari bahaya, resiko ataupun keragu-raguan
- e. Empaty yaitu kesediaan para karyawan untuk peduli, memberi perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan. Singkatnya empati mencakup upaya upaya imajinatif untuk mengenali kebutuhan konsumen. Dimensi ini membutuhkan kemudahan akses, komunikasi yang baik dan pemahaman terhadap konsumen.

2. Variabel terikat, yakni tingkat kepuasan pelanggan adalah kepuasan yang didasarkan pada hasil yang dirasakan atas pelayanan yang diberikan Tropis Café Resto sama atau melebihi harapan yang diinginkan dengan kata lain merupakan evaluasi setelah membandingkan yang dirasakan dengan kinerja aktual layanan ramah Tropis Café Resto.

3.5. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Dalam menyusun instrumen agar didapatkan instrumen yang baik persyaratan penting yaitu valid dan reliabel. Untuk itu sebelum angket penelitian digunakan dalam mengumpulkan data yang sesungguhnya, maka dilakukan uji coba angket terlebih dahulu dengan banyak responden 30 orang.

1. Uji Validitas Instrumen

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu tes dapat melakukan fungsi ukurnya. Semakin tinggi validitas suatu alat pengukur, semakin tepat pula pengukur itu mengenai sasarnya. Untuk mengukur validitas kuisioner yang diberikan kepada responden digunakan rumus korelasi *product moment* (Sutrisno Hadi, 1991).

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

Keterangan:

- r_{xy} = Korelasi *product moment*
- X = Skor total dari setiap item
- Y = Skor/nilai dari setiap item
- N = Jumlah sampel

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Analisis ini digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi 2 kali atau lebih. Dalam pengujian reliabilitas

dilakukan dengan menggunakan teknik Alpha Cronbach, yang rumusnya adalah sebagai berikut (Suharsimi, 1991):

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2} \right]$$

Keterangan: r_{11} = reliabilitas instrumen
 k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal
 $\sum \delta b^2$ = jumlah varians butir
 δt^2 = varians total

3.6. Metode analisis

a. deskriptif

Analisis ini merupakan suatu analisis yang memberikan gambaran objek penelitian yang diformulasikan dalam bentuk tabel kemudian digunakan untuk menarik kesimpulan yang tepat dan akurat. Di dalam analisis ini gambaran objek penelitian yang diambil berupa identitas responden, yaitu usia dan jenis kelamin dari responden tersebut.

b. verifikatif

Analisis verifikatif sebagai kuantitatif merupakan analisis rata-rata statistik. Analisis verifikatif untuk pengumpulan pengolahan, penyajian, dan pengambilan data diketahui dengan melalui perhitungan tertentu.

1). Scala Likert

Setelah mengumpulkan data di lokasi melalui kuesioner tentang kepuasan konsumen tentang variable kepuasan Tropis Cafe Resto, penelitian data diukur dengan menggunakan *Skala Likert*.

Penelitian diukur dengan menggunakan empat poin, yaitu :

STS (Sangat Tidak Puas)	diberi skor 1
TS (Tidak Puas)	diberi skor 2
S (Puas)	diberi skor 3
SS (Sangat Puas)	diberi skor 4

Skala penilaian penelitian kualitas terdiri 2 tingkat yaitu skala penilaian tingkat kepentingan dan skala penilaian tingkat kinerja.

Berdasarkan skor kepentingan dan kinerja maka dihasilkan melalui perhitungan tingkat kesesuaian responden. Tingkat kesesuaian responden adalah hasil perbandingan skor penilaian kinerja perusahaan dengan kepentingan konsumen. Tingkat kesesuaian inilah yang menentukan tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas Tropis Café Resto.

Memiliki 2 variabel dengan diwakili dengan huruf X dan Y, yang terdiri dari X sebagai skor kinerja perusahaan dan Y sebagai skor kepentingan konsumen. Ikatan antar variabel adalah apabila $X \geq Y$ berarti konsumen puas dan $X < Y$ mempunyai arti konsumen merasa tidak puas. Rumus yang dipakai (Supranto, 1997, 241) adalah

$$Tki = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

Keterangan :

Tki = kesesuaian responden

X I = kinerja perusahaan

Y I = kepentingan konsumen

Sumbu X horizontal diisi oleh skor penilaian kinerja perusahaan dan sumbu Y vertical diisi oleh skor penilaian kepentingan konsumen maka setiap atribut yang

mempengaruhi kepuasan konsumen dengan rumus :

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Keterangan : \bar{X} = skor rata rata kinerja perusahaan

\bar{Y} = skor rata rata kepentingan konsumen

2). Kartesius

Membuat diagram kartesius yang merupakan suatu bangun 4 bagian yang dibatasi 2 garis yang saling berpotongan tegak lurus pada titik (X, Y) dimana X = rata rata skor penilaian tingkat kinerja perusahaan dan Y = rata rata skor penilaian tingkat kepentingan konsumen.

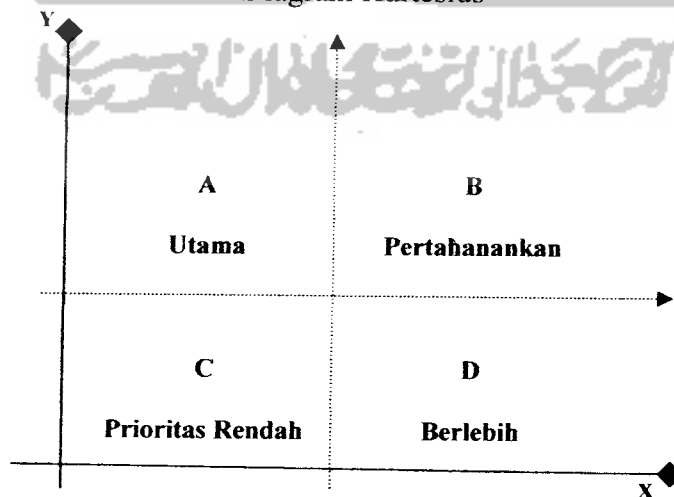
Penelitian ini terdapat 5 faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, sehingga k = 5. Rumus yang digunakan (Supranto, 1997, 241) :

$$\bar{X} = \left(\sum_{i=1}^k x_i \right) : k \qquad \bar{Y} = \left(\sum_{i=1}^k Y_i \right) : k$$

Keterangan : k = banyaknya factor yang mempengaruhi kepuasan konsumen

Selanjutnya dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian ke dalam diagram kartesius.:

Gambar 3.1
Diagram Kartesius



Keterangan :

- A : Menunjukkan kinerja faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen lebih rendah dari kepentingan konsumen sehingga perusahaan harus meningkatkan kinerja agar optimal
- B : Kepentingan konsumen dan kinerja konsumen sama sam dalam posisi yang tinggi sehingga menguntungkan bagi perusahaan. Perusahaan tidak perlu membuat perubahan tetapi hanya mempertahankan posisinya.
- C : Kinerja perusahaan dan kepentingan konsumen berada pada tingkat rendah, sehingga perlu melakukan perbaikan di kedua sisi kinerja dan harapan konsumen.
- D : Kinerja perusahaan dalam tingkat yang tinggi tetapi kepentingan konsumen terhadap kinerja faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen hanya rendah, sehingga perusahaan perlu kurangi hasil yang dicapai agar mengefesienkan sumber daya perusahaan .

