

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Dalam Penelitian ini variabel terikatnya (dependen) adalah kepuasan konsumen (Y). Sedangkan yang merupakan variabel bebasnya (independen); Pertama harga (X_1). harga disini adalah kesesuaian pada harga menu makanan. Yang kedua adalah lokasi (X_2). Lokasi disini maksudnya adalah letak/posisi Rumah Makan didirikan. Serta kualitas pelayanan (X_3), sejauh mana Rumah Makan tersebut memberikan pelayanan. Objek yang diambil dalam penelitian ini adalah konsumen Rumah Makan Objek Wisata Alam Punclut di Kota Bandung.

3.2 Metode Penelitian

Sugiono (2001:1) berpendapat bahwa “Metode penelitian adalah pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu”. Untuk memperoleh hasil penelitian yang sesuai dengan harapan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitik, yang melihat hubungan dua variabel atau lebih. Metode ini menekankan pada studi untuk memperoleh informasi mengenai status atau gejala pada saat penelitian dilakukan, juga tidak hanya memberikan gambaran terhadap fenomena-fenomena lebih jauh menerangkan hubungan, menguji hipotesis, membuat prediksi serta mendapatkan makna dari implikasi suatu masalah yang ingin dipecahkan.

Ciri-ciri yang dimiliki oleh metode deskriptif analitik adalah :

- a. Memusatkan diri pada pemecahan masalah-masalah yang ada pada masa sekarang dan masalah-masalah aktual.
- b. Data yang dikumpulkan mula-mula disusun, dijelaskan kemudian dianalisis.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sudjana (2005:6), mengemukakan bahwa:“ populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/ subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian menarik kumpulan.”

Yang menjadi populasi adalah konsumen pada Rumah Makan di objek Wisata Alam Punclut Bandung. Dengan populasi sebanyak 1.560 konsumen per minggu.

Tabel 3.1
Jumlah Populasi Penelitian

No.	Nama Rumah Makan	Jumlah konsumen / Minggu
1	Kalebat	100
2	Tibelat	97
3	Sederhana	95
4	Sangkan Hurip	120
5	Ibu Eeng	75
6.	Ibu Ita	90
7	Teh Ita	82
8.	Sindang Heula	85
9.	Karisma Sari	85
10.	Mekar Sari	80
11.	Ibu Titi	90
12.	Ibu Ati	79
13.	Kang Eben Enjoy	75
14.	Golden Mekar Rahayu	79
15.	Saung Kejo	76
16.	Ibu Cich	75
17.	Ibu Dewi	60
18.	Saung Family	57
19.	Rukmin	60
Jumlah		1.560

Sumber: Data hasil penelitian

3.3.2 Sampel

Teknik pengambilan sampel pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu *Probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling*. Teknik pengambilan sampel dalam mengumpulkan data menggunakan teknik *Nonprobability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Selanjutnya untuk menentukan ukuran sampel yang akan digunakan dilakukan dengan cara *purposive sampling*. Menurut Winarno Surakhmad dalam Akbar (1998:101) *purposive sampling* yaitu pemilihan sekelompok subyek didasarkan atas ciri-ciri atau sifat-sifat yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Sedangkan menurut Sugiyono dalam Akbar (2001:78) mendefinisikan *purposive sampling* sebagai “Sampel yang dipilih dengan pertimbangan karakteristik tertentu.

Sampel purposif dilakukan dengan cara mengambil subyek bukan didasarkan atas adanya strata, random atau daerah, tetapi didasarkan atas tujuan tertentu. Teknik ini dilakukan karena pertimbangan mengenai keterbatasan waktu, tenaga dan dana sehingga tidak dapat mengambil sampel yang mendahului tentang keadaan populasi sudah diketahui benar dan tidak perlu diragukan lagi. Jadi, yang menjadi sampel adalah konsumen yang datang dan bersedia diwawancarai.

$$n = \frac{N}{1 + N(C)^2} \quad \text{Taro Yamane (1964:32) dalam Akbar (2001:78)}$$

Dimana : n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

C^2 = presisi yang digunakan (10%)

Maka diperoleh sampel sebesar :

Rata-rata konsumen yang datang pada Rumah Makan di Objek Wisata Alam

Puncut sebanyak 1.560/ minggu.

$$\begin{aligned} n &= \frac{1.560}{1 + 1.560 (0,1)^2} \\ &= \frac{1.560}{16,6} \\ &= 93,97 \sim 94 \end{aligned}$$

Jadi sampel yang diambil adalah sebanyak 94 konsumen.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian menurut Suharsimi (1998:116) “variabel merupakan objek penelitian yang bervariasi”. Untuk menghindari kekeliruan dalam menafsirkan masalah, maka dalam penelitian ini penulis membatasi variabel yang akan diukur, sehingga variabel-variabel yang akan diteliti diberi batasan-batasan secara operasional sebagai berikut:

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analitis	Skala
Harga (X₁)	harga dapat diartikan sebagai jumlah uang / aspek lain yang mengandung kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk/ jasa.	Persepsi konsumen mengenai harga menu makanan yang ditawarkan pada Rumah Makan di Objek Wisata Punclut	Data diperoleh dari responden mengenai Persepsi konsumen mengenai harga menu makanan yang ditawarkan pada Rumah Makan di Objek Wisata Punclut	Ordinal
Lokasi (X₂)	Lokasi sebagai suatu tempat fisik dimana pembeli dan penjual berkumpul untuk mempertukarkan barang dan jasa.	Unsur penetapan lokasi pada Rumah Makan di Objek Wisata Alam Punclut.	Data diperoleh dari responden mengenai penetapan lokasi pada Rumah Makan di Objek Wisata Alam Punclut, mengenai: <ul style="list-style-type: none"> • Strategis • Kenyamanan • Tata tempat • Suasana • Fasilitas memadai 	Ordinal
Kualitas Pelayanan (X₃)	Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.	Kualitas pelayanan para pedagang terhadap konsumen yang meliputi: <ol style="list-style-type: none"> 1. Perilaku pedagang saat menghadapi konsumen yang akan belanja 2. Fasilitas yang tersedia. 	Data diperoleh dari responden mengenai: <ul style="list-style-type: none"> • Keramahan • Kerapihan • Kecepatan • Keterampilan • Empati 	Ordinal

		3. Ketepatan dan kecepatan menyediakan barang yang dipesan.		
		4. Pemberian informasi tentang barang yang dijual kepada konsumen		
Kepuasan Konsumen (Y)	“Kepuasan pelanggan/konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.”	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harapan konsumen terhadap produk sebelum atau ketika pembelian 2. Kinerja produk setelah digunakan atau dikonsumsi 	Data diperoleh dari responden mengenai <ul style="list-style-type: none"> • Rasa dan aroma makanan yang enak • Rasa senang pada saat makan di Rumah makan Objek Wisata Alam Punclut • Reputasi pada Rumah Makan di Objek Wisata Alam Punclut 	Ordinal

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang menunjang dalam penyusunan ini, penulis melakukan pengumpulan data diantaranya dengan:

1. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi yaitu studi untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel berupa catatan-catatan, laporan-laporan yang dimiliki instansi terkait.

2. Observasi

Observasi yaitu kegiatan pengumpulan data dan fakta dengan cara mengamati kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

3. Wawancara

Wawancara yaitu teknik penulis melakukan pengumpulan data dan informasi dengan mengadakan komunikasi secara langsung dengan pihak terkait yang dapat memberikan penjelasan mengenai masalah yang sedang dipelajari. Adapun maksud dan tujuan penulis melakukan wawancara dikarenakan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan penulis dalam menyusun proposal yang dilakukan di perusahaan.

4. Kuesioner

Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data dengan memberikan serangkaian pertanyaan kepada pejabat yang berwenang dengan dipersiapkan terlebih dahulu sesuai dengan masalah yang diteliti.

3.6 Teknik Pengolahan Data

Data yang telah terkumpul sebelum digunakan didalam analisis data harus diolah terlebih dahulu, adapun teknik pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menyeleksi data, yaitu untuk melihat atau memeriksa kesempurnaan, kejelasan benar atau tidaknya cara pengisian angket oleh responden.

2. Mentabulasi data, yaitu suatu proses merubah data mentah dari responden menjadi data yang bermakna. Data yang telah dikelompokkan kemudian dimasukan ke dalam tabel-tabel untuk dihitung berdasarkan aspek-aspek yang dijadikan variabel penelitian untuk memudahkan dalam menganalisis data.
3. Menghitung ukuran-ukuran karakteristik berdasarkan variabel-variabel penelitian.
4. Menganalisis data berdasarkan metode statistik yang telah dirancang.
5. Melakukan pengujian hipotesis yang telah digunakan dalam penelitian ini.
6. Membuat laporan penelitian.
7. Menarik kesimpulan dan saran.

3.7 Teknik Analisa Data

Dalam penelitian ini data ada yang bersifat ordinal, maka agar dapat diolah dengan menggunakan analisis faktor (yang mensyaratkan penggunaan data berskala minimal interval) dinaikan skala pengukurannya ke skala interval dengan menggunakan Metode Successive Interval agar syarat minimal data berskala interval dapat terpenuhi dengan mempergunakan analisis berganda.

Adapun langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Hitung frekuensi untuk masing-masing kategori respon,
2. Tentukan nilai proporsi untuk masing-masing kategori respon,

3. Jumlahkan nilai proporsi kumulatif untuk masing-masing kategori respon,
4. Diasumsikan proporsi kumulatif (PK) mengikuti distribusi normal baku, maka untuk setiap nilai PK (untuk masing-masing kategori respon akan didapatkan nilai Z dari table normal baku). Hitung nilai densitas $f(Z)$ untuk masing-masing nilai Z,
5. Hitung SV (Scale Value) masing-masing kategori respon, yaitu sebagai berikut :

$$\text{NilaiSkala}(NS) = \frac{\text{DensitasBatasBawah}(DBB) - \text{DensitasBatasAtas}(DBA)}{\text{LuasanBatasAtas}(LBA) - \text{LuasanBatasBawah}(LBB)}$$

6. Untuk memudahkan interpretasi, posisi awal diberi nilai skala 1 (satu) kemudian bobot pada kategori respon lainnya disesuaikan (adjusted).

Setelah data ditransformasikan dari skala ordinal ke skala interval maka dapat langsung diuji dengan menggunakan teknik analisis regresi untuk menguji pengaruh variabel X terhadap Y.

3.7.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

3.7.1.1 Uji Validitas

Suatu pengujian atau tes dikatakan memiliki validitas tinggi apabila tes tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil dengan maksud digunakannya tes tersebut. Dalam uji validitas ini digunakan teknik korelasi *Pearson*

Product Moment, yaitu mencari korelasi antara *score* item dengan *score* total dengan rumus sebagai berikut:

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

Suharsimi, (2006:162)

Setelah diketahui besarnya koefisien korelasi (r), kemudian dilanjutkan dengan pengujian taraf signifikansi koefisien korelasi dengan menggunakan rumus uji t sebagai berikut:

$$t = \frac{r_{XY} \sqrt{N-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Suharsimi (2004:281)

Jika t hitung lebih besar dari t tabel, maka item pertanyaan adalah signifikan/valid ($t_{hitung} > t_{tabel} = \text{valid}$). Sebaliknya jika t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} , maka item pertanyaan adalah tidak signifikan/tidak valid. ($t_{hitung} < t_{tabel} = \text{tidak valid}$).

Perhitungan uji validitas dengan menggunakan teknik korelasi produk momen diperoleh hasil adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Soal

No Soal	t_{hitung}	t_{table}	Keterangan
Harga			
1	17,282	1,986	Valid
2	22,115	1,986	Valid
3	18,886	1,986	Valid
Lokasi			
4	7,124	1,986	Valid
5	7,478	1,986	Valid
6	5,749	1,986	Valid
7	8,937	1,986	Valid
8	9,587	1,986	Valid
Kualitas Pelayanan			
9	7,784	1,986	Valid
10	8,352	1,986	Valid
11	12,064	1,986	Valid
12	8,783	1,986	Valid
13	9,218	1,986	Valid
14	11,341	1,986	Valid
15	2,479	1,986	Valid
16	18,648	1,986	Valid
Kepuasan Konsumen			
17	7,956	1,986	Valid
18	11,348	1,986	Valid
19	15,322	1,986	Valid

Sumber: jawaban responden, data diolah kembali

Dari hasil perhitungan setiap item soal kuisisioner diperoleh t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} 0,05. dengan hasil tersebut, dapat dinyatakan bahwa seluruh item soal kuisisioner yang digunakan dalam teknik pengumpulan data penelitian ini valid.

3.7.1.2 Uji Reliabilitas

Test of reliability digunakan untuk mengetahui apakah alat pengumpulan data tersebut menunjukkan tingkat ketepatan, tingkat keakuratan, kesetabilan atau konsistensi dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu walaupun dilaksanakan pada waktu yang berbeda. Untuk menguji reliabilitas dalam penelitian ini digunakan teknik belah dua dengan langkah sebagai berikut :

- a. Membagai item-item yang valid menjadi dua belahan, dalam hal ini diambil pembelahan atas dasar nomor ganjil dan genap, nomor ganjil sebagai belahan pertama, dan nomor genap sebagai belahan kedua
- b. Skor masing-masing item pada setiap belahan dijumlahkan sehingga menghasilkan dua skor total untuk masing-masing responden, yaitu skor total belahan pertama dan skor total belahan ke dua
- c. Mengkorelasikan skor belahan pertama dengan skor belahan belahan kedua dengan teknik korelasi produk momen
- d. Mencari angka reliabilitas keseluruhan item tanpa dibelah, dengan cara mengkorelasi angka korelasi yang diperoleh dengan memasukkannya kedalam rumus :

$$r_{11} = \left(\frac{n}{(n-1)} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right)$$

dimana :

r_{11} = reliabilitas yang dicari

$\sum \sigma_i^2$ = jumlah varians skor tiap-tiap item

σ^2 = varians total

Untuk mencari nilai varians per-item digunakan rumus varian sebagai berikut:

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N}$$

Suharsimi (2004:110)

Jika $r_i > r_{0,05} \rightarrow$ reliabel

Sebaliknya jika $r_i \leq r_{0,05} \rightarrow$ tidak reliabel

Tabel 3.4
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Soal

Variabel	Reliabilitas
Harga	0,615
Lokasi	0,617
Kualitas Pelayanan	0,826
Kepuasan Konsumen	0.621

Dari hasil perhitungan setiap item soal kuesioner diperoleh nilai Reliabilitas total = 0,615, 0,617, 0,826 dan 0,621. dengan demikian semua item kuesioner dalam penelitian ini Reliabel.

3.7.2 Menentukan Persamaan Regresi Linier Ganda

$$\hat{Y} = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Sudjana (2005:310)

Dimana:

Y = Kepuasan Konsumen

X₁ = Harga

X₂ = Lokasi

X₃ = Kualitas Pelayanan

B₀ = Konstanta

b₁, b₂ = Koefisien Regresi

3.7.3 Pengujian Hipotesis

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan secara statistik adalah sebagai berikut:

H₀ : β = 0 artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel X terhadap variabel Y

H_a : β > 0 artinya ada pengaruh positif antara variabel X terhadap variabel Y

H_a : β < 0 artinya ada pengaruh negatif antara variabel X terhadap variabel Y

3.7.3.1 Uji F statistik

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara keseluruhan (simultan) digunakan uji F dengan formula sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Sudjana (2005:385)

Kriteria: Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, berarti menolak H_0 dan menerima H_a sebaliknya, jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, berarti menerima H_0 dan menolak H_a .

3.7.3.2 Uji t statistik

Sedangkan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial digunakan uji t, dengan formula sebagai berikut:

$$t = r \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

Sudjana (2005:380)

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, berarti menolak H_0 dan menerima H_a sebaliknya, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, berarti menerima H_0 dan menolak H_a . Dalam pengujian hipotesis ini tingkat kesalahan yang digunakan adalah 5% atau 0,05 pada taraf signifikansi 95%.

3.7.3.3 Menguji Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y, maka digunakan rumus KD (koefisien determinasi), yaitu :

$$KD = r^2 \times 100$$

Nilai r didapat dengan rumus :

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

Keterangan:

r_{xy}	= Koefisien Korelasi antara variabel X dan variabel Y
n	= Jumlah responden
$\sum XY$	= Jumlah hasil kali skor X dan Y setiap responden
$\sum X$	= Jumlah skor X
$\sum Y$	= Jumlah skor Y
$(\sum X)^2$	= Kuadrat jumlah skor X
$(\sum Y)^2$	= Kuadrat jumlah skor Y

Suharsimi (2004:162)

Untuk menganalisis besarnya koefisien korelasi dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 3.5
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi
Terhadap Koefisien Korelasi

Besarnya Nilai r	Interpretasi
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono, (2004:216)