

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Lokasi Penelitian**

##### **1. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian akan dilakukan di Restoran BMC. Lokasi ini bertempat di Kota Bandung, jalan Aceh no. 30 Bandung.

#### **B. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2006:61).

Sedangkan menurut Santoso dan Tjiptono (2002:79) Populasi merupakan sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu riset khusus. Populasi yang akan diteliti harus didefinisikan dengan jelas sebelum penelitian dilakukan.

Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang datang ke Restoran BMC.

##### **2. Sampel**

Sampel adalah bagian dari populasi. Menurut Nazir (2009:271) survey sampel adalah suatu prosedur dimana hanya sebagian dari populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta cirri yang dikehendaki dari populasi. Sedangkan menurut Nana Syaodih Sukmadinata

(2008:250) sampel adalah “sekelompok kecil yang secara nyata kita teliti dan tarik kesimpulan dari padanya.”

Teknik sample yang digunakan penelitian ini yakni, *simple random sampling* (sampel acak sederhana) yaitu pengambilan sampel anggota populasi secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiono, 2004:74). Dikarenakan populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang datang ke restoran BMC yang ditemui itu akan terpilih menjadi sampel sampai dengan memenuhi jumlah yang ditemui.

Besaran sampelnya akan dirumuskan dengan menggunakan rumus Slovin. Berikut adalah rumus Slovin yang dikutip oleh Husein Umar:

$$n = N / \{1 + N(e^2)\}$$

$$n = 12.374 / \{1 + 12.374 (0,1^2)\}$$

$$n = 12.374 / \{1 + 12.374 (0,01)\}$$

$$n = 12.374 / \{1 + (123,74)\}$$

$$n = 12.374 / 124,74$$

$$n = 99,19 = 100 \text{ (dibulatkan)}$$

keterangan:

n = ukuran sampel

N = jumlah populasi, dalam hal ini tamu yang datang ke restoran BMC pada bulan Desember

e = tingkat presisi (batas ketelitian) yang diinginkan, dalam hal ini 10%

untuk mempermudah perhitungan maka jumlah sampel dibulatkan menjadi 100 orang yang datang ke restoran BMC untuk dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini.

## C. Metode Penelitian

### 1. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Nazir (2009: 54) mengemukakan bahwa metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, objek, satu set kondisi, suatu system pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa yang sedang terjadi pada masa sekarang.

Adapun pengertian lain menurut Hasan (2002: 22) bahwa metode deskriptif adalah metode yang menitikberatkan kepada observasi dan suasana ilmiah, digunakan untuk melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara actual dan cermat.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menggunakan metode analisis deskriptif dimana metode ini penelitian bersifat mengemukakan data, informasi-informasi dan fakta yang disertai interpretasi yang cukup selama penelitian pada objek yang diteliti. Jadi metode analisis deskriptif merupakan metode yang bertujuan menggambarkan keadaan lokasi restoran berdasarkan fakta-fakta yang nampak pada situasi yang sedang diselidiki, untuk kemudian data tersebut dihimpun, diolah, dianalisa, dan diinterpretasikan, serta menggunakannya sebagai bahan penyusunan skripsi ini, dengan tujuan untuk memperoleh deskripsi tentang ciri-ciri variabel yang dalam penelitian ini adalah atribut 8P menurut Lovelock dan Wright yaitu: (*Product, Place and Time, Process, Productivity and Quality, People, Promotion, Physic, dan Price*).

Metode *Importance Performance analysis* (IPA) secara konsep merupakan suatu model multi-atribut. Teknik ini mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan penawaran pasar dengan menggunakan dua kriteria yaitu performansi dan tingkat kepentingan konsumen. Dengan menggunakan mean, median atau pengukuran ranking, skor kepentingan dan kinerja atribut dikumpulkan dan diklasifikasikan ke dalam kategori tinggi atau rendah. (Crompton dan Duray, 1985)

#### **D. Operasional Variabel**

Menurut Nazir (2009: 126) definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut.

Variabel merupakan suatu istilah yang berasal dari kata “*vary*” dan “*able*” yang berarti ‘berubah’ dan ‘dapat’. Jadi kata *variable* dapat berubah atau bervariasi. Jadi, variabel merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari atau ditarik kesimpulannya (Noor, 2011:48).

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Dikenal dengan komponen 8P (Lovelock dan Wright, 2005) dalam Bauran

Pemasaran Jasa. Komponen manajemen mutu terpadu terdiri dari:

- 1) Produk (*product*)
- 2) Waktu dan tempat (*place and time*)
- 3) Proses (*process*)
- 4) Produktivitas dan Kualitas (*productivity and quality*)
- 5) Personel/Orang (*people*)

- 6) Promosi (*promotion*)
- 7) Bukti Fisik (*Physic*)
- 8) Harga (*price*)

**Tabel 3.2**  
**Operasional Variabel**

Variabel	Konsep Variabel	Indicator	Skala
<b>Produk(<i>product</i>)</b>	Semua komponen kinerja jasa yang menciptakan nilai bagi pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Variasi Menu</li> <li>▪ Cita rasa makanan</li> <li>▪ Kesesuaian menu dengan pesanan</li> <li>▪ Aroma makanan</li> <li>▪ Kebersihan menu</li> </ul>	Ordinal
<b>Waktu dan Tempat (<i>Place and Time</i>)</b>	Keputusan manajemen tentang kapan, dimana, dan bagaimana menyampaikan jasa kepada pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sarana Parkir</li> <li>▪ Kemudahan dalam menjangkau lokasi</li> <li>▪ Fasilitas restoran (toilet, mushola)</li> </ul>	Ordinal
<b>Proses (<i>Process</i>)</b>	Metode pengoperasian atau serangkaian tindakan tertentu, yang umumnya berupa langkah-langkah yang diperlukan dalam suatu urutan yang telah ditetapkan	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kecepatan transaksi</li> <li>▪ Kecepatan penyajian</li> </ul>	Ordinal
<b>Produktivitas dan Kualitas (<i>Productivity and Quality</i>)</b>	Produktivitas adalah seberapa efisien pengubahan <i>input</i> jasa menjadi <i>output</i> yang menambah nilai bagi pelanggan. Sedangkan kualitas adalah sejauh mana suatu jasa memuaskan pelanggan dengan memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan mereka	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Komposisi makanan yang disajikan</li> <li>▪ Volume makanan yang disajikan</li> <li>▪ Ketersediaan menu makanan yang diinginkan</li> </ul>	Ordinal
<b>Orang (<i>People</i>)</b>	Orang diartikan sebagai karyawan dan kadang-kadang pelanggan lain yang terlibat dalam proses produksi	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Keramahan, kesopanan dan perhatian pramusaji</li> <li>▪ Penanganan keluhan pengunjung</li> <li>▪ Kemampuan pramusaji</li> </ul>	Ordinal

Gina Lorita, 2013

Analisis Tingkat Performansi dan Tingkat Kepentingan Pada Bauran Pemasaran Jasa Di Restoran BMC

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

		berkomunikasi dengan konsumen <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kesigapan Pramusaji</li> <li>▪ Penampilan pramusaji</li> </ul>	
<b>Promosi (Promotion)</b>	Promosi sebagai aktivitas dan alat yang menggugah komunikasi yang dirancang untuk membangun preferensi pelanggan terhadap jasa dan penyedia jasa tertentu	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pencantuman logo dan nama restoran</li> <li>▪ Pemilihan media iklan</li> </ul>	Ordinal
<b>Bukti Fisik (Physic)</b>	Bukti fisik adalah petunjuk visual atau berwujud lainnya yang memberi bukti atas kualitas jasa	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Penataan restoran</li> <li>▪ Kenyamanan dan keamanan restoran</li> <li>▪ Kebersihan dan kerapihan restoran</li> <li>▪ Alunan music</li> <li>▪ Penerangan restoran</li> </ul>	Ordinal
<b>Harga (Price)</b>	Harga diartikan sebagai pengeluaran uang, waktu dan usaha oleh pelanggan untuk membeli dan mengkonsumsi jasa	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Harga makanan</li> <li>▪ Potongan harga makanan</li> </ul>	Ordinal

Sumber: teori Lovelock & Wright, 2005

Teknik pengskalaan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan Skala Likert. Menurut Sugiyono (2003: 107) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social. Dalam penelitian, fenomena social ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan Skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indicator variabel. Kemudian indicator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrument yang

menggunakan Skala Likert mempunyai gradasi dari sangat baik sampai dengan sangat kurang baik.

Dalam skala ini responden diminta untuk membubuhkan tanda *checklist* (√) pada salah satu dari lima kemungkinan jawaban yang tersedia, dengan lima (5) penilaian sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Skala Likert**

Contoh Skor Tingkat Kepentingan dan penilaian responden yang digunakan adalah sebagai berikut:

Skor/Nilai	Penilaian Responden	Tingkat Kepentingan Responden
5	Sangat Baik	Sangat Penting
4	Baik	Penting
3	Cukup Baik	Cukup Penting
2	Kurang Baik	Kurang Penting
1	Sangat Kurang	Tidak Penting

Sumber: Sugiyono (2007:87)

Dalam perhitungan skala likert akan diketahui variabel yang diteliti berada kategori apa melalui garis kontinum. Adapun dalam menghitung garis kontinum, kita harus menghitung terlebih dahulu nilai rata-rata. Menurut Sugiyono (95:2012), menghitung rata-rata jawaban berdasarkan skoring setiap jawaban dari responden dapat dihitung sebagai berikut :

- a. Nilai Indeks Maksimum = skor maksimum x banyak pertanyaan x jumlah responden
- b. Nilai Indeks Minimum = skor minimum x banyak pertanyaan x jumlah responden
- c. Jarak Interval =  $[\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}] : 5$
- d. Persentase Skor =  $[(\text{total skor}) : \text{nilai maksimum}] \times 100\%$

Gina Lorita, 2013

Analisis Tingkat Performansi dan Tingkat Kepentingan Pada Bauran Pemasaran Jasa Di Restoran BMC

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

### E. Penilaian Responden (Performansi)

Penilaian performansi adalah suatu cara mengukur kontribusi-kontribusi dari individu-individu anggota organisasi kepada organisasinya. (Kae E. Chung & Leon C. Megginson).

Tujuan dari penilaian performansi terbagi atas dua macam, yakni :

- Untuk me-reward performansi sebelumnya, dan
- Untuk memotivasi perbaikan performansi pada yang waktu yang akan datang.

Ada 2 syarat utama yang diperlukan untuk melakukan penilaian performansi yang efektif, yaitu:

- Adanya kriteria performansi yang dapat diukur secara objektif.
- Adanya objektivitas dalam proses evaluasi.

Performansi adalah penilaian responden terhadap Restoran BMC.

Penilaian responden terhadap Restoran BMC dari setiap komponen dapat dicari dengan rumus:

$$\frac{\sum \text{nilai skor}}{500} \times 100\%$$

Hasil jawaban penilaian responden atau performansi dari seluruh komponen dapat dicari dengan rumus:

$$\frac{\sum \text{skor (performansi)}}{13500} \times 100\%$$

Dari hasil jawaban responden dapat mengetahui bagaimana nilai kepuasan konsumen terhadap restoran BMC.

## F. Tingkat Kepentingan Konsumen

Hasil jawaban konsumen terhadap tingkat kepentingan konsumen dari setiap komponen dapat di cari dengan rumus :

$$\text{bobot} \times \text{frekuensi} = \text{skor}$$

$$\text{skor1} + \text{skor2} + \text{skor3} + \text{skor4} + \text{skor5} = \sum \text{skor}$$

Hasil jawaban konsumen terhadap kepentingan konsumen dari seluruh kompoen dapat di cari dengan rumus:

$$\text{skor komponen1} + \dots + \dots + \dots + \text{skor komponen27} = \sum \text{skor}$$

## G. Jenis Sumber Data

Adapun data untuk penyusunan skripsi ini diperoleh dengan melalui pengumpulan data primer dan data sekunder.

### a. Data Primer

Definisi data primer menurut Soeratmo & Lincoln Arsyad (2005:76) adalah:

“Data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh organisasi yang menerbitkan atau menggunakannya”

Data primer adalah data yang diperoleh dengan peninjauan langsung ke lapangan melalui observasi, dan penyebaran kuesioner.

### b. Data Sekunder

Definisi data sekunder menurut Soeratmo & Lincoln Arsyad (2005:76) adalah:

“Data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya.”

Data sekunder adalah data pendukung yang diperoleh dari sejaraj atau literature, buku-buku, catatan-catatan kuliah juga dari artikel atau tulisan ilmiah yang berhubungan dengan topic permasalahan yang diteliti.

## H. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dimaksudkan sebagai atau untuk pencatatan peristiwa atau karakteristik dari sebagian atau seluruh elemen atau unsure populasi penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mendukung penelitian ini dilakukan dengan beberapa cara. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan 2 teknik yaitu pengumpulan data primer dan data sekunder. Data primer diambil dengan cara observasi, wawancara, dan kuesioner, sedangkan data sekunder diabil dengan cara studi kepustakaan dan studi dokumentasi.

1. Observasi, yaitu dengan melakukan pengamatan langsung ke objek yang dijadikan sasaran peneliti berfungsi sebagai pengumpulan data, sedangkan pihak-pihak yang dihubungi di Restoran BMC Bandung sebagai pemberi data atau sumber data bagi peneliti.
2. *Questionare* (Daftar Pertanyaan), merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab dalam hal ini yang menjadi respondennya adalah pengguna jasa Restoran BMC Bandung, dimana angket ini berisi tentang pertanyaan mengenai Penilaian responden terhadap restoran/performansi (X) dan cara pandang/tingkat kepentingan responden terhadap restoran (Y).

### 3. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian teoritis dengan membaca catatan kuliah, literatur, dan sumber-sumber lainnya yang ada hubungannya dengan masalah yang dibahas atau yang sesuai dengan kebutuhan.

## I. Prosedur dan Teknik Pengolahan Data

### 1. Teknik Analisis Kuesioner

Tahapan cara yang dapat digunakan untuk mengolah data yaitu penulis terlebih dahulu mengecek data yang diperoleh dari kuesioner yang telah disebar kepada responden yaitu konsumen yang datang ke restoran BMC.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data primer yang dilakukan dengan cara menyebarkan angket, dan yang menjadi responden dalam kuesioner ini adalah konsumen yang datang ke restoran BMC berjumlah 100 orang setelah perhitungan yang dilakukan dengan mengacu kepada rumus Slovin (Noor, 2011:158)

Setelah form kuesioner disebar kepada sejumlah 100 orang responden, terkumpul dan terisi, selanjutnya data dianalisis dengan menyajikan data dalam bentuk table (tabulasi data) dengan menggunakan rumus persentase yang merupakan teknik statistic sederhana yang digunakan untuk melihat seberapa banyak kecenderungan frekuensi jawaban yang diberikan responden, yaitu:

$$P = \frac{f}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

$P$  = Persentase

$f$  = frekuensi dari setiap jawaban yang dipilih responden

$n$  = jumlah seluruh frekuensi alternative jawaban yang menjadi pilihan responden (jumlah sampel)

100% = konstanta

