BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Menurut Wiratha (2006, hlm. 77), metode penelitian merupakan suatu cara yang harus dilakukan oleh peneliti melalui serangkaian prosedur dan tahapan dalam melaksanakan kegiatan penelitian dengan tujuan memecahkan masalah atau mencari jawaban terhadap suatu masalah. Dalam kata lain, metode penelitian dapat diartikan pula sebagai suatu prosedur atau rangkaian cara yang secara sistematis dalam menggali kebenaran ilmiah.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif. Menurut Nawawi (1991, hlm. 63) metode deskriptif adalah prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan, subyek, atau obyek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak sebagaimana adanya. Berdasarkan pengertian tersebut maka penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, karena bertujuan untuk menggambarkan keadaan yang sebenarnya yaitu kepuasan konsumen terhadap produk dan pelayanan di *Madame Sisca The Eatery* Bandung. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif karena data yang diolah berupa angka yang kemudian disajikan dalam bentuk deskripsi.

B. Partisipan

Partisipan meliputi semua pihak yang ikut terlibat dalam proses penelitian. Adapun pihak-pihak tersebut tercantum dalam tabel berikut :

Tabel 3.1 Partisipan Penelitian

No	Partisipan	Jumlah	Keterangan
1.	*Owner* Madame Sisca *Patisserie*	1 orang	Sebagai pemberi izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian di Madame Sisca *Patisserie*
2.	Staf Manajemen Madame Sisca *Patisserie*	2 orang	Sebagai pemberi data yang dibutuhkan oleh peneliti mengenai Madame Sisca *Patisserie*

Tabel tersebut menunjukan bahwa partisipan meliputi pihak-pihak yang terlibat baik secara langsung ataupun tidak langsung, dan baik secara berkala ataupun tidak.

C. Populasi dan Sampel

Tujuan diadakannya penelitian adalah untuk menemukan data yang diperlukan melalui sumber data. Menurut Arikunto (2013, hlm. 172) sumber data adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data dalam penelitian dapat dikatakan sebagai populasi yang kemudian dipilih sebagai sampel.

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2016, hlm. 117) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subyek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen *Madame Sisca The Eatery* yang pernah berkunjung ke *Madame Sisca The Eatery.*

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016, hlm. 62). Pada penelitian ini pengambilan data menggunakan teknik sampling. Teknik sampling yang digunakan adalah sampling aksidental, karena penentuan sampel berdasarkan spontanitas atau secara kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono,2016, hlm. 60). Penulis tidak membatasi gender artinya baik itu perempuan maupun laki-laki tetap dapat menjadi responden dalam penelitan ini dengan batasan usia minimal 17 tahun.

Penentukan jumlah sampel menggunakan rumus dari Hair, et al. (dalam Aritonang, 2007, hlm. 107) yaitu jumlah variabel penelitian dikalikan minimal 20 subjek. Pada penelitian ini terdapat dua variabel, dan penulis menetapkan sebanyak 30 responden setiap satu variabel sehingga jumlah sampel yang dianggap telah memenuhi syarat yaitu minimal 60 responden.

D. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih

baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, sistematis sehingga mudah diolah (Arikunto, 2013, hlm. 203). Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan adalah angket/kuesioner. Angket yaitu sejumlah pernyataan atau butir-butir soal tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden. Instrumen dalam penelitian ini disusun berdasarkan beberapa indikator penilaian kepuasan konsumen yaitu produk (citarasa makanan, variasi menu dan standar porsi, penyajian makanan dan harga) dan pelayanan (*tangible, emphaty, reliability, responsivencess, assurance).* Adapun instrumen yang digunakan merupakan hasil pengembangan penulis dari penelitian Widyastuti (2016) dan Nufus (2015). Pengukuran instrumen tersebut menggunakan metode *Agree-Disagree Scale* dimana adanya urutan skala 1 (sangat tidak setuju) hingga 4 (sangat setuju), dengan skor kinerja 1= sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = setuju, 4 = sangat setuju.

Tabel 3.2 Pernyataan skala

Pernyataan		**Nilai**
Sangat Setuju	SS	4
Setuju	S	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Dalam instrumen penelitian ini terdiri dari dua indikator jawaban yaitu harapan dan kenyataan yang dimaksudkan untuk mengetahui harapan konsumen terhadap produk Madame Sisca *Patisserie and The Eatery* dan kenyataan yang diterima oleh konsumen tersebut. Sebuah instrumen dikatakan baik apabila telah melalui tahap pengujian. Menurut Sugiyono (2016, hlm. 176), instrumen berupa nontest yang digunakan untuk mengukur sikap cukup memenuhi validitas konstruksi (*construct*) saja, sehingga pada penelitian ini, instrumen diujikan melalui konsultasi dengan ahli.

E. Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian adalah serangkaian tahapan yang dilakukan peneliti selama proses penelitian. Pada penelitian ini digunakan metode deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2010, hlm. 306), tahapan dalam penelitian deskriptif yaitu menetapkan fokus penelitian, memilih sumber data, melakukan

pengumpulan data, menilai kualitas data, menganalisis data, menafsirkan data, dan membuat kesimpulan atas temuannya.

Pengambilan data atau informasi dilakukan menggunakan metode survey yaitu penulis memberikan instrumen berupa angket/kuesioner kepada sampel yang merupakan konsumen *Madame Sisca The Eatery* sebanyak 60 responden. Penulis melakukan penyebaran angket secara langsung dengan menemui responden dari meja ke meja. Responden diwajibkan untuk mengisi angket sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Setelah data terkumpul, penulis melakukan penyusunan data melalui metode tabulasi dan analisis data. Karena penelitian ini termasuk kedalam penelitian dengan pendekatan kuantitatif maka data yang digunakan yaitu berupa angka. Adapun analisis data yang akan dilakukan yaitu analisis karakteristik responden, dan *Importance Performance Analysis*. Setelah didapati hasil, maka data tersebut disimpulkan dalam bentuk deskripsi.

F. Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu cara yang dipergunakan untuk mengolah data agar dapat dihasilkan suatu kesimpulan yang tepat. Penelitian ini menggunakan metode analisa statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono,2016, hlm 199). Teknik analisis data yang akan peneliti lakukan yaitu :

1. Analisis Karakteristik Responden

Setelah pengumpulan dan pengolahan data selesai, maka langkah selanjutnya adalah menganalisis karakteristik responden. Penyajian data mengenai karakteristik responden bertujuan untuk memberikan gambaran tentang keadaan diri pada responden. Adapun gambaran tentang responden yang akan menjadi sampel dalam penelitian ini di klasifikasikan berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, pekerjaan dan penghasilan.

2. *Importance Performance Analysis*

Kepuasan konsumen merupakan fungsi dari persepsi atas kenyataan dan harapan. Kenyataan berada di bawah harapan, maka konsumen tidak akan merasa puas. Sebaliknya, juga kenyataan memenuhi harapan, maka konsumen akan merasa puas. Umumnya harapan konsumen merupakan perkiraan atau keyakinan tentang apa yang diterimanya, apabila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk, sedangkan kinerja merupakan persepsi konsumen terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang bersangkutan (kenyataan). Adapun teknik pengukuran tingkat kepuasan konsumen yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu *Importance Performance Analysis.*

Importance Performance Analysis.pertama kali dikenalkan oleh Martila dan James pada 1977 (Supranto, 2011, hlm. 240). Analisis ini digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dengan mengukur tingkat harapan konsumen dan kualitas produk yang dirasakan oleh konsumen melalui 2 tahapan yaitu mengukur tingkat kesesuaian dan menentukan prioritas perbaikan kinerja perusahaan. Berdasarkan hasil penilaian harapan dan kenyataan yang diterima oleh konsumen, akan diperoleh tingkat kesesuaian. Pengukuran tingkat kesesuaian (T_{ki}) menggunakan rumus sebagai berikut :

$$T_{ki} = \frac{X_i}{Y_i} \; x \; 100\%$$

Keterangan :

T_{ki} = Tingkat kesesuaian responden

X_i = Skor penilaian pelaksanaan/ kinerja perusahaan

Y_i = Skor penilaian harapan pelanggan

Mengacu pada rumus pengukuran tingkat kesesuaian tersebut maka untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen, penulis menggunakan indeks kepuasan konsumen dengan rumus sebagai berikut :

$$I_{kk} = \frac{\overline{X_i}}{\overline{Y_i}}$$

Keterangan :

I_{kk} = Indeks Kepuasan Konsumen

$\overline{X_i}$ = Rata-rata skor penilaian kinerja perusahaan

$\overline{Y_i}$ = Rata-rata skor penilaian harapan pelanggan

Kepuasan didapat bila nilai kinerja (X) lebih besar dari nilai harapan (Y) sehingga dapat dibuat kriteria sebagai berikut :

Tabel 3.4 Kriteria penilaian *Importance Performance Analysis*

Nilai	Kriteria
≥1,00	Memuaskan
<1,00	Belum Memuaskan

Berdasarkan perhitungan tersebut maka didapati apabila nilai indeks kepuasan konsumen sama dengan atau lebih besar dari 1,00 maka konsumen dianggap puas dengan kinerja produk dan pelayanan dan diterima, dan apabila nilai tersebut lebih kecil dari 1,00 maka konsumen dinyatakan belum puas dengan kinerja produk dan pelayanan yang diterima.

Tahap kedua adalah menentukan prioritas perbaikan kinerja perusahaan menggunakan rata-rata skor tingkat kinerja perusahaan dan harapan konsumen. Hasil dari perhitungan tersebut disajikan dan dianalisis dalam bentuk Diagram Kartesius yang disebut *Matriks Importance Performance Analysis.* Diagram Kartesius merupakan suatu bangunan atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik ($\overline{\overline{X}}$ dan $\overline{\overline{Y}}$). Dimana $\overline{\overline{X}}$ merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja perusahaan dan $\overline{\overline{Y}}$ merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat harapan.

Penentuan prioritas perbaikan kinerja produk dihitung berdasarkan rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja dan harapan tiap indikator yang telah ditentukan atau dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\overline{\overline{X_i}} = \frac{\Sigma \overline{X_i}}{n} \qquad \overline{\overline{Y_i}} = \frac{\Sigma \overline{Y_i}}{n}$$

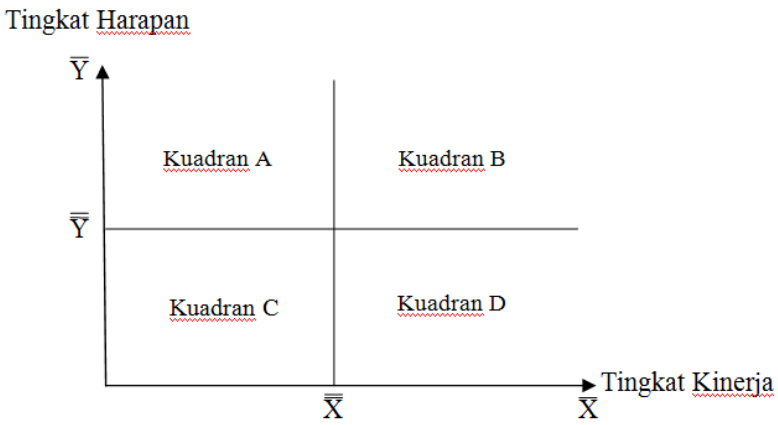
Keterangan :

$\overline{X_i}$ = Rata-rata skor penilaian kinerja perusahaan

$\overline{Y_i}$ = Rata-rata skor penilaian harapan pelanggan

n = Jumlah indikator

Matriks Importance Performance Analysis dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 3.1 *Matriks Importance Performance Analysis*
Sumber : Supranto (2011, hlm. 241)

Keterangan gambar :

Kuadran A : Merupakan kuadran dengan Prioritas Utama. Menunjukan indikator yang dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen, termasuk unsur-unsur yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai harapan konsumen (pelaksanaan belum optimal). Sehingga mengecewakan dan konsumen merasa tidak puas.

Kuadran B : Merupakan kuadran Prestasi. Menunjukan tingkat harapan atas indikator kualitas produk yang dianggap tinggi bagi konsumen, dan kinerja yang diterima atau dirasakan konsumen juga tinggi. Hal ini menunjukan bahwa kepuasan konsumen telah berhasil dilaksanakan perusahaan. Untuk itu wajib dipertahankan.

Kuadran C : Merupakan kuadran dengan Prioritas Rendah. Menunjukan tingkat harapan dianggap rendah bagi pelanggan dan kinerja yang dirasakan konsumen juga rendah. Hal ini menunjukan bahwa indikator ini dianggap kurang penting oleh pelanggan. Kinerja produk yang dirasakan biasa saja, untuk itu prioritas perbaikan rendah.

Kuadran D : Merupakan kuadran Berlebihan. Menunjukan faktor yang mempengaruhi konsumen kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.