

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan metode survey. Menurut Nazir (1988:63) penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Sugiyono (2013:11) metode survey adalah penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relative, distribusi, dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis.

Dalam penelitian ini dilakukan pengumpulan informasi dari sebagian populasi dari tempat kejadian secara empiric sesuai dengan metode yang digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan Koptul (Kopi Tuli) terhadap pelayanan barista dengan hambatan pendengaran.

3.2 Tempat Penelitian

Koptul (Kopi Tuli) berlokasi di Kindo Square A9. di Jl Duren Tiga, Pancoran, Jakarta Selatan, DKI Jakarta

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.3.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan data atau objek yang diteliti berupa karakteristik tertentu terhadap suatu gejala, fenomena, peristiwa atau kejadian-kejadian (Susetyo, 2010:139). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang datang ke Kopi tuli.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari unsur atau elemen atau unit pengamatan dari populasi yang sedang dipelajari tersebut (abuzar asra dkk, 2016:70). Sebuah sampel adalah sebagian unit dari pengamatan (dengan ukuran tertentu, biasanya dinotasikan dengan n) dari suatu populasi, yang diambil dengan metode tertentu untuk membuat kesimpulan tentang populasi tersebut (abuzar asra dkk, 2016:73).

Menurut soeratno dan Arsyad (1995, hlm. 121) menyatakan bahwa penentuan besarnya sampel tergantung pada tujuan penelitian, pengetahuan tentang populasi, besarnya dana yang tersedia, besarnya populasi dan ketersediaannya untuk menjadi sampel, fasilitas yang tersedia, dan lain sebagainya. Pada penelitian ini jumlah sampel sebanyak 100 orang.

3.3.3 Teknik Sampling

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel aksidental yaitu metode penentuan sampel yang didasarkan secara kebetulan, tanpa ada pertimbangan apapun. Yang dimaksud dengan unsur kebetulan adalah siapa saja yang secara kebetulan dapat ditemui dan memenuhi persyaratan atau sesuai sebagai sumber data yang diperlukan dalam penelitian.

Persyaratan menjadi sampel pada penelitian ini yaitu orang yang pernah berkunjung ke Kopi Tuli dan pernah dilayanin oleh salah satu barista di Kopi Tuli,

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2010, hlm.224) terknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitan adalah mendapatkan data. Dalam mendapatkan data yang berhubungan dengan objek yang diteliti, maka peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara:

- a. Observasi, yaitu melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti untuk mendapatkan gambaran lebih jelas terhadap pelayanan di Koptul.
- b. Wawancara, dalam proses waawancara ini peneliti bertujuan untuk mengetahui masalah terkait dengan pengunjung, data, dan informasi mengenai Koptul (Kopi Tuli). Wawancara ini dilakukan kepada pemilik dari Kopi Tuli.

- c. Kuesioner, penyebaran seperangkat daftar pertanyaan mengenai kualitas pelayanan di Kopi Tuli kepada responden. Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan di Kopi Tuli. Kuisisioner ini menggunakan format dua pernyataan dengan dua skala penilaian harapan pelanggan dan persepsi pelanggan terhadap pelayanan barista di Kopi Tuli.

3.5 Jenis dan Sumber data

3.5.1 Data Primer

Menurut Suharyadi dan Purwanto (2009:14), data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumbernya atau objek penelitian. Data primer biasanya diperoleh dengan cara wawancara langsung terhadap objek penelitian atau dengan pengisian kuesioner yang dijawab oleh objek penelitian.

3.5.2 Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2013, hlm.137), data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

Tabel 3. 1

Jenis dan Sumber Data

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
1	Profil Kopi Tuli	Sekunder	Pemilik Kopi Tuli
2	Tingkat kunjungan pelanggan Kopi Tuli	Sekunder	Pemilik Kopi Tuli
3	Tanggapan pelanggan terhadap pelayanan barista dengan hambatan pendengaran di Kopi Tuli	Primer	Pelanggan Kopi Tuli

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2019

3.6 Definisi Operasional

Menurut Sugiyono (2013, hlm.32) variable penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan satu jenis variable independent yaitu kualitas pelayanan dengan dimensi reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*). Secara lengkap operasional variable dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. 2

Definisi Operasional

Variable	Dimensi	Pernyataan	No Item	Skala
	<i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	Penampilan karyawan bersih	1	Ordinal
		Penampilan karyawan rapi	2	Ordinal
	<i>Relability</i> (Kehandalan)	Karyawan dapat menerima pesanan dengan tepat	3	Ordinal
		Karyawan dapat diandalkan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan	4	Ordinal
		Ketepatan waktu dalam memberikan pesanan	5	Ordinal
	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	Karyawan cepat menangani keluhan pelanggan	6	Ordinal
		Karyawan siap membantu pelanggan	7	Ordinal
	<i>Assurance</i> (Jaminan)	Karyawan dapat menjawab pertanyaan dengan tepat	8	Ordinal

		Karyawan dapat menjelaskan menu dengan tepat	9	Ordinal
		Karyawan mampu mengatasi keluhan pelanggan	10	Ordinal
		Karyawan ramah terhadap pelanggan	11	Ordinal
		Karyawan bersifat sopan	12	Ordinal
	<i>Empathy (Empati)</i>	Memberikan perhatian individual kepada pelanggan	13	Ordinal
		Karyawan berkomunikasi dengan bahasa yang pelanggan mudah pahami	14	Ordinal

3.7 Skala Penilaian

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kualitas pelayanan yang diberikan oleh pelayan dengan hambatan pendengaran dengan cara mengukur tingkat layanan yang diharapkan oleh pelanggan dan persepsi layanan yang dirasakan pelanggan. Dengan menggunakan skala likert maka variable yang diteliti dijabarkan menjadi sub variable dan dijabarkan lagi menjadi indikator yang nantinya akan dijadikan sebagai pernyataan. Dengan menggunakan Skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2013, hlm.93). Setiap pilihan jawaban memiliki bobot yang berbeda, dan seluruh jawaban responden dijumlahkan berdasarkan bobotnya sehingga menghasilkan suatu skor tunggal mengenai suatu topik tertentu (Morissan, 2012, hlm.88)

Tabel 3. 3

Desain Pengukuran Kuisisioner

Nilai Skor	Tingkat pelayanan yang sesungguhnya diterima oleh pelanggan (persepsi)	Tingkat pelayanan yang diharapkan/ekspektasi pelanggan
1	Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju	Tidak Setuju
3	Ragu-Ragu	Ragu-Ragu
4	Setuju	Setuju
5	Sangat Setuju	Sangat Setuju

3.8 Uji Validitas Dan Reliabilitas**3.8.1 Validitas**

Menurut Morissan (2012, hlm. 103) validitas mengacu pada seberapa jauh ukuran empiris cukup menggambarkan arti sebenarnya dari konsep yang telah diteliti. Dengan kata lain, suatu instrument pengukuran yang valid mengukur apa yang seharusnya diukur, atau mengukur apa yang hendak kita ukur.

Pengujian validitas pada kuesioner yang telah dibuat oleh peneliti ini menggunakan validitas isi melalui *expert judgement*. *Expert judgement* merupakan uji validitas yang melibatkan tegana ahli pada bidangnya dengan cara mencocokkan setiap butir instrument .

Tabel 3. 4

Daftar Nama Expert Judgement

No	Nama	Jabatan
1	Dr.H. Dudi Gunawan, M.Pd.	Dosen Prodi Pendidikan Khusus UPI
2	Sunarya, SE	Kepala Sekolah SMK Pariwisata Telkom Bandung

3	Hengki Darmawanto, S.Pd.	Guru SMK Pariwisata Telkom Bandung
---	--------------------------	------------------------------------

Dalam penelitian ini pengujian validitas yang peneliti gunakan adalah korelasi Pearson Product Moment (Sanusi, 2011:77) dengan taraf signifikan 5% ($\alpha= 0,05$) maka diperoleh data dengan r table (0.440) , kuesioner dianggap valid jika r hitung > r tabel maka instrument dinyatakan valid, sedangkan jika r hitung \leq r tabel maka instrumen pertanyaan bernilai tidak valid. Peneliti melakukan penghitungan dengan menggunakan SPSS 22. Korelasi Pearson Product Moment dengan rumus:

Uji instrumen penelitian ini dilakukan kepada 15 orang responden di Kopi Tuli dengan r table 0.440, maka kuesioner akan valid jika r hitung > 0.440 dan kuesioner tidak valid jika r hitung \leq 0.440.

Tabel 3. 5

Hasil Perhitungan Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Dimensi	Nomor Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	1	0.713	0.440	Valid
	2	0.698	0.440	Valid
<i>Reability</i> (Kehandalan)	3	0.771	0.440	Valid
	4	0.690	0.440	Valid
	5	0.067	0.440	Tidak Valid
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	6	0.204	0.440	Tidak Valid
	7	0.644	0.440	Valid
<i>Assurance</i> (Jaminan)	8	0.462	0.440	Valid
	9	0.127	0.440	Tidak Valid
	10	0.460	0.440	Valid
	11	0.623	0.440	Valid
	12	0.589	0.440	Valid
<i>Empathy</i> (Empati)	13	0.641	0.440	Valid

	14	0.634	0.440	Valid
--	----	-------	-------	-------

Berdasarkan table diatas maka dapat disimpulkan pada nomor pernyataan 1, 2, 3, 4, 7, 8, 10, 11, 12, 13 dan 14 dinyatakan valid karena $r \text{ hitung} > r \text{ table}$ (0.440) sedangkan pada nomor pernyataan 5,6 dan 9 dinyatakan tidak valid karena $\text{hitung} \leq r \text{ tabel}$ (0.440).

3.8.2 Reliabilitas

Menurut Morissan (2012, hlm. 99) reliabilitas adalah indikator tingkat keandalan atau kepercayaan terhadap suatu hasil pengukuran. suatu pengukuran disebut reliable atau memiliki keandalan jika konsisten memeberikan jawaban yang sama.

Uji kehandalan dilakukan terhadap pertanyaan-pertanyam atau pertanyaan-pertanyaan yang sudah valid. Pengujian reliabilitas instrument dengan rentang skor antara 1-5 menggunakan rumus Cronbach alfa (Arikunto, 2010, hlm.239), yaitu:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\Sigma \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Jumlah varians butir dapat dicari dengan cara mencari varians tiap butir, kemudian dijumlahkan:

$$\sigma = \frac{\Sigma x^2 - \frac{(\Sigma x)^2}{n}}{n}$$

Tabel 3. 6

Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Cronbach's Alpha	N of Items
.860	11

3.9 Teknik Analisis Data

3.9.1 Analisis Deskriptif

Susetyo (2010, hlm.4), statistika deskriptif menguraikan atau memberikan keterangan suatu data, fenomena atau keadaan kedalam beberapa besaran untuk disajikan secara bermakna dan mudah dimengerti.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner kualitas pelayanan barista di Kopi Tuli. Masing-masing pernyataan disertai dengan lima pilihan jawaban. Dari jawaban responden maka dibuat kriteria penilaian untuk analisis deskriptif sebagai berikut:

- a. Nilai kumulatif adalah jumlah nilai dari setiap pernyataan yang merupakan jawaban dari masing-masing responden.
- b. Persentase adalah nilai kumulatif item dibagi dengan nilai frekuensinya dikalikan 100%.

Tabel 3. 7

Responden

No	Barista	Jumlah Responden
1	Barista A	35 orang
2	Barista B	25 orang
3	Barista C	23 orang
4	Barista D	17 orang

- c. Contoh Jumlah responden adalah 100 orang dan nilai skala pengukuran terbesar adalah 5, sedangkan skala pengukuran terkecil adalah 1. Jumlah kumulatif terbesar adalah $100 \times 5 = 500$ dan jumlah kumulatif terkecil adalah $100 \times 1 = 100$. Untuk nilai persentasi terkecil adalah $(100:5) \times 100\% = 20\%$, nilai rentang $100\% - 20\% = 80\%$. jika dibagi dengan skala terC yaitu 5 maka didapat nilai interval persentase 16%.

Tabel 3. 8

Klasifikasi Kriteria Penilaian Persentase Barista A

No	Persentase	Klasifikasi Harapan	Klasiikasi Persepsi
1	7% - 25.6%	Sangat Rendah	Sangat Tidak Baik

2	>25.6% - 44.2%	Rendah	Tidak Baik
3	>44.2% - 62.8%	Sedang	Cukup
4	>62.8% - 81.4%	Tinggi	Baik
5	>81.4% - 100 %	Sangat Tinggi	Sangat Baik

Tabel 3. 9

Klasifikasi Kriteria Penilaian Persentase Barista B

No	Persentase	Klasifikasi Harapan	Klasifikasi Persepsi
1	5% - 24%	Sangat Rendah	Sangat Tidak Baik
2	>24% - 43%	Rendah	Tidak Baik
3	>43% - 62%	Sedang	Cukup
4	>62% - 81%	Tinggi	Baik
5	>81% - 100 %	Sangat Tinggi	Sangat Baik

Tabel 3. 10

Klasifikasi Kriteria Penilaian Persentase Barista C

No	Persentase	Klasifikasi Harapan	Klasifikasi Persepsi
1	4.6% - 23.68 %	Sangat Rendah	Sangat Tidak Baik
2	>23.68% - 42.76%	Rendah	Tidak Baik
3	>42.76% - 61.84%	Sedang	Cukup
4	>61.84% - 80.92%	Tinggi	Baik
5	>80.92% - 100 %	Sangat Tinggi	Sangat Baik

Tabel 3. 11

Klasifikasi Kriteria Penilaian Persentase Barista D

No	Persentase	Klasifikasi Harapan	Klasifikasi Persepsi
1	3.4% - 22.72%	Sangat Rendah	Sangat Tidak Baik
2	>22.72 % - 42.04%	Rendah	Tidak Baik
3	>42.04% - 61.36%	Sedang	Cukup
4	>61.36% - 80.68 %	Tinggi	Baik

5	>80.68% - 100 %	Sangat Tinggi	Sangat Baik
---	-----------------	---------------	-------------

Perhitungan skor total untuk masing-masing indicator variabel adalah sebagai berikut:

- a. Skor total = (Jumlah responden sangat tinggi/ sangat baik x 5) + (Jumlah responden Tinggi/baik x 4) + (Jumlah responden sedang/ Cukup x 3) + (Jumlah responden rendah/tidak baik x 2) + (Jumlah responden Sangat rendah/ sangat tidak baik x 1)
- b. Skor ideal = Diumpamakan seluruh responden menjawab sangat setuju x Jumlah Responden atau skor total

3.9.2 Analisis Model SERVQUAL

Setelah mendapatkan skor dari instrumen yang telah dibuat untuk melihat gap pelayanan maka dalam pengukuran model SERVQUAL dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

1. Tentukan rata-rata nilai persepsi (\bar{P}) untuk setiap variabel.
2. Tentukan rata-rata nilai harapan (\bar{E}) untuk setiap variabel.
3. Tentukan Servq

Kualitas pelayanan diperoleh dengan mengurangkan nilai harapan dari skor persepsi untuk setiap item ($S = P - E$). Oleh karena itu, jika persepsi melebihi harapan ($P > E$), kualitas pelayanan sangat memuaskan. Jika persepsi sama harapan ($P = E$), kualitas layanan memuaskan. Namun, jika harapan melebihi persepsi ($E > P$), kualitas layanan rendah. Hasil kualitas layanan (harapan) dan persepsi konsumen akan dibandingkan pada satu tabel untuk mengetahui sampai pada suatu parameter untuk masing-masing pertanyaan serta untuk masing-masing dari lima dimensi, yang pada akhirnya akan mendapatkan hasil rata-rata skor gap kualitas layanan.

