

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek dan Subjek Penelitian**

Objek penelitian merupakan atribut atau sifat atau nilai pada seseorang, sebuah objek atau kegiatan yang memiliki varian tertentu yang telah ditetapkan peneliti untuk dapat dipelajari dan kemudian disimpulkan (Sugiyono, 2013, hlm. 80). Dengan begitu, objek dari penelitian ini adalah kepuasan dari usaha mikro kuliner pengguna Shopeefood terhadap layanan Shopeefood dan juga kinerja volume penjualan pada Shopeefood.

Lalu, subjek penelitian seperti yang yang dipaparkan oleh Lexy & Moleong (2012, hlm. 14) merupakan sumber yang dapat memberikan informasi dibutuhkan untuk pengumpulan data bagi penelitian. Maka, subjek penelitian dari penelitian ini adalah usaha mikro kuliner yang bergabung menjadi *merchant* Shopeefood.

#### **3.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dimana penelitian dilakukan tidak untuk membandingkan variabel dengan variabel yang lain dan tidak melihat hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain (Sugiyono, 2013, hlm. 147). Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dimana metode ini digunakan untuk menemukan makna di balik data yang nampak di dalam sebuah interaksi atau fenomena sosial (Sugiyono, 2013, hlm. 24). Dipaparkan juga oleh Caroline (2019, hlm. 14), bahwa penelitian deskriptif biasanya berhubungan dengan penyusunan tabel, grafik, diagram dan besaran-besaran lainnya untuk menunjukkan hasil penilaian atau pendataan.

#### **3.3 Populasi dan Sampel**

Sehubungan dengan judul yang peneliti ambil yaitu “Analisis Kepuasan Mitra Mikro Kuliner Pengguna Layanan Shopeefood Di Kota Bandung”, maka populasi dari penelitian ini adalah usaha-usaha mikro kuliner yang bergabung menjadi Merchant Shopeefood. Untuk mengetahui jumlah populasi, peneliti mencari info di Komunitas Shopeefood Bandung. Pada quarter kedua tahun 2022, terdapat 2026

*merchant* usaha mikro yang bergabung dengan Shopeefood. (Komunitas Shopeefood Bandung, 2022).

Berdasarkan jumlah populasi pada 10 April 2022, jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin (dalam Siregar, 2013, hlm. 47), dengan tingkat kesalahan maksimum 10%.

$n = \text{jumlah sampel}$

$N = \text{jumlah populasi}$

$e = \text{batas tingkat kesalahan}$

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{2026}{1 + 2026(0.1)^2}$$

$$n = \frac{2026}{1 + 20.26}$$

$$n = \frac{2026}{21.26}$$

$$n = 95.29 \text{ (dibulatkan menjadi 100)}$$

Maka, sampel yang dibutuhkan dengan batas kesalahan maksimal 10% adalah 95.29 sampel dari usaha mikro kuliner yang bergabung menjadi partner Shopeefood, namun dibulatkan menjadi 100 untuk memudahkan peneliti dalam perhitungan. Setelah mendapatkan angka sampel yang dibutuhkan, sampel diambil dengan teknik gabungan *accidental sampling* dan *purposive sampling*. Penggunaan *accidental sampling* yaitu sampel diambil secara acak dimana peneliti kebetulan menemukan calon responden yang mudah ditemui atau diakses, lalu dilanjutkan dengan *purposive sampling* karena sampel diambil dengan tetap memperhatikan kriteria dari peneliti yang sesuai tujuan peneliti (Hikmawati, 2017, hlm 31). Adapun kriteria yang peneliti gunakan ialah, (1) merupakan usaha yang bergabung dengan Shopeefood, (2) usaha merupakan usaha mikro sesuai dengan kriteria PP No.7 Tahun 2021 (3) usaha sudah bertransaksi di Shopeefood minimal 10 kali.

### 3.4 Operasional Variabel

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua variabel penelitian yaitu variabel volume penjualan dan variabel kepuasan pengguna dimana keduanya akan menjadi variabel terpisah dan tidak untuk dihubungkan. Berikut adalah tabel operasional variabel yang telah diringkas dan disusun sehingga lebih mudah dimengerti.

**Tabel 3. 1 Operasional Variabel**

| Variabel  | Konsep Teoritis  | Konsep Empiris  | Konsep Analitik   | Skala   |
|---|--|---|---|---------|
| <b>Kinerja Volume Penjualan Pada Shopeefood</b> | Penjualan merupakan proses ketika penjual memuaskan pembeli dengan memberikan sesuatu yang dibutuhkan atau diinginkannya hingga kedua pihak mendapatkan nilai kegunaan berjangka panjang dan dapat memberikan masing-masing pihak keuntungan (Winardi, 2011, hlm. 44). | Untuk melihat persepsi usaha mikro kuliner terhadap kinerja Shopeefood dalam volume penjualan digunakan 3 indikator dalam volume penjualan yaitu : volume penjualan, profit, keberlangsungan usaha (Swastha, 2010, hlm. 404). | Data diambil dengan cara survei menggunakan kuesioner kepada usaha mikro yang bergabung menjadi mitra Shopeefood. Kuisisioner yang disebar akan menggunakan skala likert yang menghasilkan skala ordinal. | Ordinal |
|   |  | <b>Volume Penjualan :</b>   | Volume penjualan usaha setelah bergabung dengan Shopeefood  | Ordinal |
|   |  | <b>Profit :</b>   | Profit usaha setelah bergabung dengan Shopeefood  | Ordinal |
|   |  | <b>Keberlangsungan usaha :</b>  | Pendapatan serta profit yang berasal dari penjualan di Shopeefood dapat menunjang   | Ordinal |

|   |  |  |   |         |
|---|--|--|---|---------|
|   |  |  | keberlangsungan usaha   |         |
| <b>Kepuasan Usaha Mikro Pengguna Layanan Shopeefood</b> | Kepuasan adalah gambaran penilaian seseorang terhadap kinerja produk yang ditimbulkan setelah membandingkannya dengan harapan. apabila kinerja sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan merasa puas, jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan senang, sementara jika kinerja tidak memenuhi harapan pelanggan maka pelanggan tidak puas atau kecewa. (Kotler & Keller, 2016, hlm. 34) | Kepuasan mitra usaha <i>online food delivery service</i> diukur dengan membandingkan persepsi harapan dan kinerja dari <i>online food delivery service</i> . Terdapat 6 dimensi yang membentuk nilai pada <i>online food delivery service</i> yaitu : <i>core function, business autonomy, order management, customer relationship management, synergyc competitive strength</i> , dan <i>business terms</i> (Sellappan & Shanmugam, 2021, hlm. 2646). | Data diambil dengan cara survei menggunakan kuesioner kepada usaha mikro yang bergabung menjadi mitra Shopeefood  | Ordinal |
|   |  | <b>Core Business :</b>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Delivery</i></li> <li>2. <i>Order taking</i></li> <li>3. <i>Online Presence</i></li> <li>4. <i>Timely service</i></li> <li>5. <i>Reliable service</i></li> </ol> | Ordinal |
|   |  | <b>Business Autonomy :</b>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>The restaurants-led promotions</i></li> <li>2. <i>Promotion and offers</i></li> <li>3. <i>Revenue sharing</i></li> </ol>   | Ordinal |

|  |  |  |   |         |
|--|--|--|---|---------|
|  |  |  | 4. <i>Stable terms and conditions</i>   |         |
|  |  | <b><i>Order Management :</i></b>                 | 1. <i>Order clarity</i><br>2. <i>Order scheduling</i><br>3. <i>Order data</i>   | Ordinal |
|  |  | <b><i>Customer Relationship Management :</i></b> | 1. <i>Acting as customer interface</i><br>2. <i>Ownership of customer data</i><br>3. <i>Customer loyalty-building</i>             | Ordinal |
|  |  | <b><i>Synergyc Competitive Strength :</i></b>    | 1. <i>Attracting more customers</i><br>2. <i>Sales enhacement</i><br>3. <i>Competitive advantage</i><br>4. <i>Customer rating</i> | Ordinal |
|  |  | <b><i>Business terms</i></b>                     | 1. <i>Acceptable terms &amp; conditions</i><br>2. <i>Credit transfer</i>  | Ordinal |

Sumber : Data diolah (2022)

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Sumber data terbagi menjadi dua kategori yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber primer adalah data yang didapat oleh peneliti langsung dari sumber data, dan sumber sekunder merupakan data yang tidak didapat oleh peneliti secara langsung dari sumber data, misalnya data tersebut didapat melalui orang atau pihak lain atau melalui suatu dokumen (Sugiyono, 2013, hlm. 137). Sumber pada penelitian ini menggunakan kedua sumber data tersebut, sumber data primer diperoleh melalui jawaban responden atau sampel yang diteliti langsung oleh peneliti yaitu usaha mikro yang bergabung dengan ShopeeFood. Lalu,

sumber data sekunder didapat dari berbagai pihak seperti peneliti lain, pihak yang melakukan pengumpulan data maupun pihak Shopee.

Untuk menunjang penelitian, peneliti melakukan teknik pengumpulan data dari beberapa sumber antara lain :

a. Studi Literatur

Studi literatur atau disebut juga kajian pustaka merupakan teknik mengumpulkan data yang dilakukan dengan menelaah bahan yang dibutuhkan dari sumber-sumber bahan yang sudah ada baik lewat buku-buku cetak maupun dari riset online. Studi literatur dilakukan untuk mendapatkan referensi baik dari penelitian yang sudah ada maupun dari teori-teori yang sudah ada, disesuaikan dengan kebutuhan penelitian.

b. Angket

Angket ataupun biasa disebut dengan kuisioner adalah teknik mengumpulkan data yang berasal dari responden dalam bentuk jawaban sekumpulan pertanyaan yang nantinya akan diberikan responden. Angket yang akan dibuat merupakan angket tertutup yang berarti pilihan jawaban sudah disediakan dan responden hanya perlu menjawab pilihan yang paling mendekati. Angket tertutup dapat memudahkan pengukuran karena jawaban akan dapat terukur.

c. Observasi

Observasi yang dilakukan adalah pengamatan lapangan pada usaha mikro kuliner yang bergabung dengan ShopeeFood. Observasi dilakukan untuk mendapatkan fakta atau data baru yang tidak terhimpun dalam kuisioner. Hasil observasi kemudian akan disimpulkan sesuai dengan fakta yang didapat.

### **3.6 Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian adalah sesuatu yang dijadikan alat dalam mengukur suatu fenomena baik alam maupun sosial yang sedang diamati. Fenomena yang diteliti inilah yang disebut sebagai variabel penelitian. Sebagai instrumen penelitian, peneliti akan membuat seperangkat kuisioner tertutup yang nantinya akan disebarkan pada responden.

Tina Hafidah, 2022

*ANALISIS KEPUASAN MITRA MIKRO KULINER PENGGUNA LAYANAN SHOPEEFOOD DI KOTA BANDUNG*

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

Pada angket atau kuisioner yang akan dibuat peneliti, skala likert akan digunakan oleh peneliti. Skala likert merupakan suatu skala yang biasa digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang dalam suatu fenomena sosial. Dengan skala likert, variabel yang akan diukur dirincikan dengan setiap indikator pada variabel. Kemudian, indikator-indikator pada setiap variabel tersebut dijadikan sebagai acuan untuk menyusun pertanyaan atau pernyataan pada item-item dalam instrumen. (Sugiyono, 2013, hlm. 93).

Berikut nilai setiap indikator yang akan digunakan dalam instrumen penelitian yang akan disebarakan pada responden, dimana nilai tersebut akan dijumlahkan dan dibagi sesuai kebutuhan pada analisis data :

**Tabel 3. 2 Nilai Bobot Instrumen**

| Atribut  | Nilai |                   | Atribut     | Nilai |                      |
|----------|-------|-------------------|-------------|-------|----------------------|
| Kepuasan | 5     | Sangat Baik       | Kepentingan | 5     | Sangat Penting       |
|          | 4     | Baik              |             | 4     | Penting              |
|          | 3     | Cukup Baik        |             | 3     | Cukup Penting        |
|          | 2     | Tidak Baik        |             | 2     | Tidak Penting        |
|          | 1     | Sangat Tidak Baik |             | 1     | Sangat Tidak penting |

Sumber : Data Diolah (2022)

### 3.7 Metode Pengujian Instrumen

Setelah membuat sebuah instrumen penelitian, instrumen tersebut perlu diuji terlebih dahulu sebelum digunakan. Pada penelitian yang menggunakan instrumen, kualitas dari instrumen penelitian berkaitan dengan valid dan reliabelnya sebuah instrumen. Pengujian instrumen penelitian akan ditentukan dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Instrumen perlu diuji agar validitasnya tidak diragukan ketika instrumen mulai disebarakan kepada responden.

#### 3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian untuk menentukan valid atau tidaknya sebuah pertanyaan kuisioner. Untuk menguji validitas atau keabsahan instrumen digunakan rumus *Korelasi Pearson Product Moment*. (Sugiyono, 2013, hlm. 243).

Adapun rumus korelasi pearson product moment dari Karl Pearson adalah sebagai berikut :

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

$r_{xy}$  = koefisien korelasi variabel x dan y

$\sum X$  = jumlah skor item

$\sum$  = jumlah skor

N = jumlah individu dalam sampel

Perhitungan akan validitas instrumen kemudian didasarkan pada perbandingan antara r hitung dan r tabel dengan signifikansi 5%, sah atau tidaknya item instrumen lalu diperiksa dengan ketentuan sebagai berikut.

1. Apabila r hitung > r tabel, maka item valid dan dapat digunakan.
2. Apabila r hitung < r tabel, maka item tidak valid dan tidak dapat digunakan.

Setelah kuisioner disebarakan ke 30 responden, dilakukan penghitungan dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25 dan didapat hasil sebagai berikut.

**Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Atribut Kinerja**

| Item  | R hitung | R tabel | Hasil        |
|-------|----------|---------|--------------|
| A1.1  | 0.762    | 0.361   | <b>Valid</b> |
| A1.2  | 0.535    | 0.361   | <b>Valid</b> |
| A1.3  | 0.638    | 0.361   | <b>Valid</b> |
| A2.1  | 0.646    | 0.361   | <b>Valid</b> |
| A2.2  | 0.660    | 0.361   | <b>Valid</b> |
| A2.3  | 0.739    | 0.361   | <b>Valid</b> |
| A2.4  | 0.376    | 0.361   | <b>Valid</b> |
| A2.5  | 0.779    | 0.361   | <b>Valid</b> |
| A2.6  | 0.863    | 0.361   | <b>Valid</b> |
| A2.7  | 0.667    | 0.361   | <b>Valid</b> |
| A2.8  | 0.449    | 0.361   | <b>Valid</b> |
| A2.9  | 0.647    | 0.361   | <b>Valid</b> |
| A2.10 | 0.800    | 0.361   | <b>Valid</b> |
| A2.11 | 0.727    | 0.361   | <b>Valid</b> |
| A2.12 | 0.520    | 0.361   | <b>Valid</b> |
| A2.13 | 0.747    | 0.361   | <b>Valid</b> |
| A2.14 | 0.787    | 0.361   | <b>Valid</b> |
| A2.15 | 0.829    | 0.361   | <b>Valid</b> |



| Item   | R hitung | R tabel | Hasil |
|--------|----------|---------|-------|
| A2..16 | 0.692    | 0.361   | Valid |
| A2.17  | 0.756    | 0.361   | Valid |
| A2.18  | 0.571    | 0.361   | Valid |
| A2.19  | 0.721    | 0.361   | Valid |
| A2.20  | 0.723    | 0.361   | Valid |
| A2.21  | 0.383    | 0.361   | Valid |

Sumber : Data diolah (2022)

Setelah hasil perhitungan didapat, maka nilai r hitung sudah dapat dibandingkan dengan nilai r tabel. Berdasarkan hasil perbandingan antara r hitung dan r tabel, seluruh r hitung pada item memiliki nilai r hitung  $>$  r tabel. Maka, seluruh item variabel dapat dinyatakan valid dan instrumen pada atribut kinerja dapat digunakan dalam penelitian.

**Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Atribut Kepentingan**

| Item   | R hitung | R tabel | Hasil |
|--------|----------|---------|-------|
| B1.1   | 0.516    | 0.361   | Valid |
| B1.2   | 0.672    | 0.361   | Valid |
| B1.3   | 0.721    | 0.361   | Valid |
| B2.1   | 0.624    | 0.361   | Valid |
| B2.2   | 0.715    | 0.361   | Valid |
| B2.3   | 0.368    | 0.361   | Valid |
| B2.4   | 0.535    | 0.361   | Valid |
| B2.5   | 0.774    | 0.361   | Valid |
| B2.6   | 0.461    | 0.361   | Valid |
| B2.7   | 0.563    | 0.361   | Valid |
| B2.8   | 0.505    | 0.361   | Valid |
| B2.9   | 0.782    | 0.361   | Valid |
| B2.10  | 0.692    | 0.361   | Valid |
| B2.11  | 0.694    | 0.361   | Valid |
| B2.12  | 0.561    | 0.361   | Valid |
| B2.13  | 0.556    | 0.361   | Valid |
| B2.14  | 0.618    | 0.361   | Valid |
| B2.15  | 0.595    | 0.361   | Valid |
| B2..16 | 0.458    | 0.361   | Valid |
| B2.17  | 0.715    | 0.361   | Valid |
| B2.18  | 0.646    | 0.361   | Valid |

| Item  | R hitung | R tabel | Hasil |
|-------|----------|---------|-------|
| B2.19 | 0.754    | 0.361   | Valid |
| B2.20 | 0.725    | 0.361   | Valid |
| B2.21 | 0.496    | 0.361   | Valid |

Sumber : Data diolah (2022)

Setelah hasil perhitungan didapat, maka nilai r hitung sudah dapat dibandingkan dengan nilai r tabel. Berdasarkan hasil perbandingan antara r hitung dan r tabel, seluruh r hitung pada item memiliki nilai r hitung > r tabel. Maka, seluruh item variabel dapat dinyatakan valid dan instrumen pada atribut kepentingan dapat digunakan dalam penelitian.

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan sebuah cara pengukuran instrumen penelitian untuk melihat sejauh mana temuan dapat direplikasikan sehingga apabila penelitian dilakukan berulang-ulang akan mendapatkan hasil yang sama (Hikmat, 2011, hlm. 62). Setelah dilakukan uji validitas, perlu dilakukan uji reliabilitas. Untuk memastikan apakah instrumen yang akan dipergunakan reliabel atau tidak, peneliti melakukan uji reliabilitas dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25.

Rumus reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah rumus Alpha Cronbach, yaitu :

$$r_1 = \frac{n}{n-1} \left( 1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right)$$

$r_1$  = koefisien reliabilitas

n = banyaknya item

$\sum S^2$  = jumlah varians tiap item

$St^2$  = varians total (Lestari & Yudhanegara, 2015, hlm. 81)

Suatu instrumen dapat dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha > 0.6. Adapun klasifikasi reliabilitas tes Alpha Cronbach dinyatakan dalam kategori nilai berikut :

**Tabel 3. 5 Kategori Nilai Alpha Cronbach**

| Nilai Cronbach Reliability | Kategori      |
|----------------------------|---------------|
| 0,800-1,000                | Sangat Tinggi |
| 0,600-0,799                | Tinggi        |
| 0,400-0,599                | Cukup         |
| 0,200-0,399                | Rendah        |
| 0,000-0,199                | Sangat Rendah |

Sumber : Anajhon (2017, hlm. 210)

Setelah kuisisioner disebarakan ke 30 responden, dilakukan penghitungan dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25 dan didapat hasil sebagai berikut.

**Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas**

| Atribut     | Jumlah Item | Cronbach's Alpha | Hasil                  |
|-------------|-------------|------------------|------------------------|
| Kinerja     | 24          | 0.945            | Reliabel Sangat Tinggi |
| Kepentingan | 24          | 0.928            | Reliabel Sangat Tinggi |

Sumber : Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa pada kedua atribut baik atribut kinerja maupun atribut kepentingan memiliki nilai Cronbach's Alpha  $> 0.6$ . Oleh karena itu, kedua variabel dapat dinyatakan reliabel dan dapat digunakan.

### 3.8 Teknik Analisis Data

Untuk melakukan analisis data dalam menjawab rumusan masalah yang telah dipaparkan, peneliti akan menganalisisnya melalui beberapa metode, yaitu :

#### 3.8.1 Teknik Reduksi Data

Peneliti akan menjawab rumusan masalah pertama serta rumusan masalah kedua dengan memaparkannya dalam bentuk informasi deskriptif sesuai dengan hasil temuan dalam studi literatur, observasi maupun kuisisioner. Informasi deskriptif merupakan gambaran hasil penelitian dengan pengilustrasian lengkap tentang objek yang sedang dikaji (Sugiyono, 2013, hlm. 20). Mereduksi data dilakukan dengan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan penyajian pada hal-hal

yang penting, lalu dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas (Sugiyono, 2013, hlm. 247).

### 3.8.2 Customer Satisfaction Index (CSI)

*CSI (Customer Satisfaction Index)* adalah sebuah metode untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan atau pengguna secara keseluruhan maupun sesuai kebutuhan dengan melakukan pendekatan dengan mengukur memberi pertimbangan dari tingkat kepentingan atau harapan dari setiap indikator sebuah pelayanan yang diukur dan membandingkannya dengan kenyataan tingkat kinerja yang dirasakan oleh pengguna atau pelanggan (Bhote (1996) dalam Widodo & Sutopo, 2018, hlm. 32). Metode CSI digunakan karena dapat memberikan sebuah data yang transparan mengenai tingkat kepuasan sehingga data tersebut dapat digunakan dalam suatu waktu tertentu untuk dapat memperbaiki aspek yang kurang baik dan meningkatkan aspek yang sudah baik.

Berikut adalah langkah-langkah untuk mencari nilai Customer Satisfaction Index

1. Menentukan *MIS (Mean Importance Score)* tiap item.

MIS merupakan nilai rata-rata atribut kepentingan atau harapan yang didapat dari total score yang didapat dari seluruh responden.

2. Menentukan *MSS (Mean Satisfaction Score)* tiap item.

MSS merupakan nilai rata-rata atribut kinerja atau kepuasan yang didapat dari total score yang didapat dari seluruh responden.

3. Menentukan *WF (Weight Factors)*.

WF merupakan nilai yang didapat setelah mempersentasekan nilai MIS tiap item dengan nilai total dari MIS.

4. Menentukan *WS (Weight Score)*.

WS merupakan nilai yang diperoleh dari perkalian antara MSS dan WF.

5. Menentukan *WT (Weight Total)*.

WT merupakan nilai total dari penjumlahan score WS setiap item.

**Tabel 3. 7 Ilustrasi Perhitungan CSI**

| Item                  | Rata-rata Score<br>Kepentingan (MIS) | Rata-rata Score<br>Kinerja (MSS) | Weight Factors<br>(WF = MISi/Y) | Weight Score<br>(WS = WF x<br>MSS) |
|-----------------------|--------------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|------------------------------------|
| A                     | ...                                  | ...                              |                                 |                                    |
| B                     | ...                                  | ...                              |                                 |                                    |
| C                     | ...                                  | ...                              |                                 |                                    |
| <b>Skor<br/>Total</b> | <b>Total I (Y)</b>                   |                                  |                                 | <b>Total WS (WT)</b>               |

Sumber : Data Diolah (2022)

Untuk mempermudah perhitungan, dapat dibuat tabel ilustrasi seperti dicontohkan dan kemudian dapat dilakukan penghitungan dengan rumus sebagai berikut.

$$CSI = \frac{WT}{HS} \times 100\%$$

CSI = Nilai kepuasan pengguna

WT = Weight Total

HS = Highest Scale (Nilai skala tertinggi yang digunakan)

Apabila nilai CSI sudah ditemukan, maka tingkat kepuasan dapat diklasifikasikan sebagai berikut.

**Tabel 3. 8 Kriteria Tingkat Kepuasan**

| Nilai CSI (%) | Keterangan  |
|---------------|-------------|
| 81 - 100      | Sangat Puas |
| 66 - 80.99    | Puas        |
| 51 - 65.99    | Cukup Puas  |
| 35 - 50.99    | Kurang Puas |
| 0 - 34.99     | Tidak Puas  |

Sumber : Widodo & Sutopo (2018, hlm. 36)

### 3.8.3 Importance Performance Analysis (IPA)

*Importance Performance Analysis (IPA)* adalah metode pengukuran kepuasan dengan mengaitkan antara tingkat kepentingan (*importance*) suatu indikator yang terdapat pada objek tertentu dengan kinerja (*performance*) yang dialami oleh pengguna objek tersebut (Sa'adah et al., 2019, hlm 67).

Langkah pertama untuk melakukan analisis IPA adalah dengan melakukan penghitungan rata-rata tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan untuk setiap indikator yang didapat dengan rumus berikut :

$$\bar{X}_1 = \frac{\sum_{i=1}^k X_i}{n} \qquad \bar{Y}_1 = \frac{\sum_{i=1}^k Y_i}{n}$$

$\bar{X}_1$  = Rerata bobot tingkat kinerja indikator ke-i

$\bar{Y}_1$  = Rerata tingkat kepentingan/harapan indikator ke-i

n = Jumlah responden/sampel

Langkah selanjutnya yang harus dilakukan yaitu melakukan penghitungan rata-rata tingkat kepentingan dan tingkat kinerja untuk keseluruhan indikator yang didapat dengan rumus berikut :

$$\bar{\bar{X}}_1 = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{X}_i}{p} \qquad \bar{\bar{Y}}_1 = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{Y}_i}{p}$$

$\bar{\bar{X}}_1$  = Nilai rerata kinerja

$\bar{\bar{Y}}_1$  = Nilai rerata kepentingan/harapan

P = Jumlah indikator yang digunakan

Kemudian, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis tingkat kesesuaian. Tingkat kesesuaian adalah hasil persentase yang didapat dari perbandingan antara nilai tingkat kinerja dengan nilai tingkat harapan. Analisis tingkat kesesuaian digunakan untuk menentukan hasil kinerja layanan telah sesuai dengan kepentingan penggunaannya atau belum. Hasil analisis tingkat kesesuaian nantinya akan disusun menjadi 4 prioritas skala perbaikan pada analisis kuadran IPA (kuadran kartesius) dengan persamaan rumus sebagai berikut

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

$T_{ki}$  = Tingkat kesesuaian

$\sum X_i$  = Skor total kinerja indikator-i

$\sum Y_i$  = Skor total kepentingan/harapan indikator-i (Fatmala & Rachmadi, 2018, hlm. 4)

Analisis kesesuaian ini kemudian digunakan untuk menyusun suatu diagram kartesius yang dapat menunjukkan dimana letak indikator-indikator yang dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen, dimana dalam diagram kartesius tersebut seluruh indikator akan terbagi menjadi empat kuadran (Fajri et al., 2019, hlm 14).

1. Kuadran I, letak indikator-indikator yang dianggap responden sebagai indikator yang penting tetapi memiliki kinerja yang tidak cukup baik hingga belum memuaskan penggunanya. Indikator yang terletak pada kuadran menjadi prioritas untuk dilakukannya perbaikan dan baiknya dilakukan segera agar tidak semakin menurunkan kepuasan penggunanya.
2. Kuadran II, letak indikator-indikator yang merupakan indikator penting dalam persepsi pengguna dan kinerjanya pun mendapat penilaian yang baik sehingga mampu memberikan kepuasan pada penggunanya. Indikator pada kuadran ini performanya wajib dipertahankan agar kepuasan pengguna tidak menurun.
3. Kuadran III, pada kuadran ini indikatornya dianggap tidak memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan kinerja indikator pada kuadran ini pun tidak cukup baik sehingga tidak memberikan kepuasan bagi pengguna. Indikator pada kuadran ini hanya memberikan pengaruh kecil terhadap nilai guna yang dirasakan pengguna, namun sebaiknya indikator pada kuadran ini dapat diperbaiki sehingga nilai kepuasan pengguna dapat bertambah
4. Kuadran IV, indikator pada kuadran ini merupakan indikator yang memiliki tingkat kepentingan rendah namun kinerjanya dinilai baik hingga berlebihan bagi responden, namun indikator pada kuadran ini dinilai memuaskan pengguna. Sebagian sumber daya pada indikator di kuadran ini dapat dialihkan pada indikator 1 atau 3 sehingga akan lebih efektif.

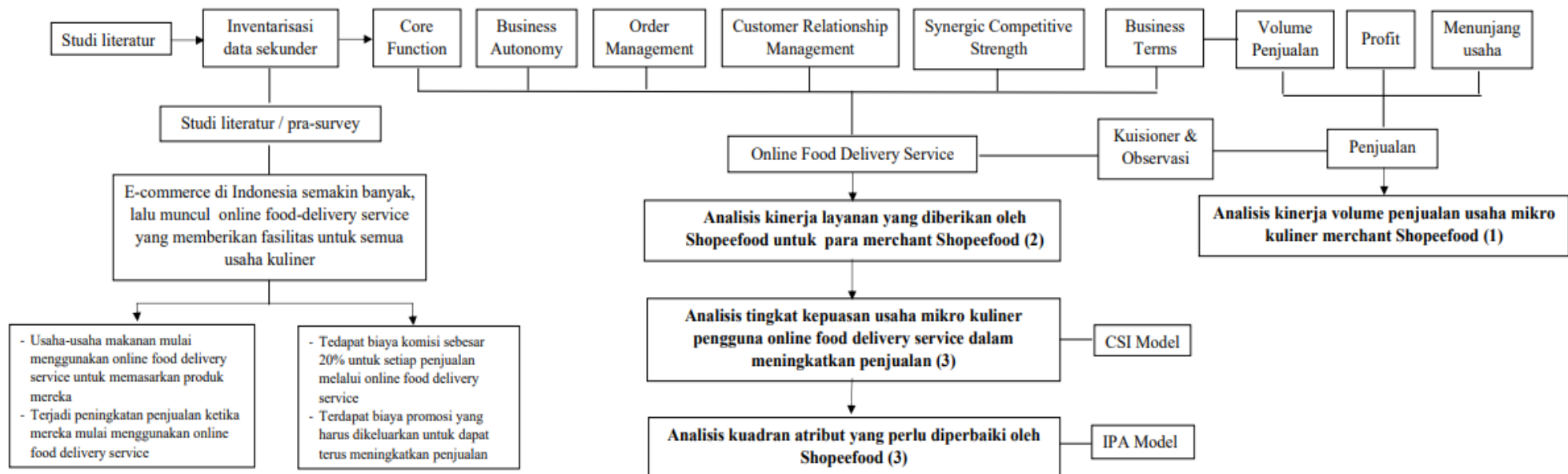
### 3.9 Diagram Alir Penelitian

Diagram alir merupakan pedoman yang dibuat untuk memudahkan penelitian. Pada penelitian ini terdapat tiga tahapan penelitian. Tahap yang pertama

merupakan tahap pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner pada usaha-usaha mikro pengguna layanan ShopeeFood baik melalui daring ataupun luring. Tahap kedua adalah analisis tingkat kepuasan dengan metode CSI (*Customer Satisfaction Index*). Lalu tahapan yang ketiga adalah analisis kuadran untuk menentukan aspek yang perlu dilakukan perbaikan dengan menggunakan metode IPA (*Importance Performance Analysis*).

Alur penelitian yang akan dilakukan digambarkan secara singkat menggunakan diagram berikut :





**Gambar 3. 1 Diagram Alir Penelitian**

Sumber : Data Diolah (2022)