

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian adalah sebuah cara untuk menemukan jawaban dari pertanyaan-pertanyaan atau rumusan dengan menggunakan prosedur yang sistematis dan ilmiah (Mulyatiningsih, 2011: 1). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini untuk mengukur keberadaan suatu variabel dengan menggunakan instrumen penelitian. Data yang diperoleh dari penelitian ini adalah data berupa angka.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian deskriptif kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2015:14). Penelitian ini menggambarkan fakta mengenai seberapa tinggi tingkat kepuasan konsumen terhadap produk dan pelayanan di Mr.Teto.

## **B. Tempat dan Waktu**

Tempat dan waktu penelitian ini yaitu,

Tempat : Mr.Teto jalan Perintis Kemerdekaan 61A, Umbulharjo

Waktu : September 2017-April 2018

## **C. Populasi dan Sampel**

### 1. Populasi

“Populasi adalah sekumpulan orang, hewan, tumbuhan atau benda yang mempunyai karakteristik tertentu yang akan diteliti” (Mulyatiningsih, 2011:10). Populasi merupakan semua subjek maupun objek yang digunakan untuk penelitian. Dalam penelitian ini, populasinya yaitu semua konsumen Mr.Teto. Penentuan populasi dilihat dari jumlah konsumen yang ada pada bulan/hari terakhir sebelum dilakukan penelitian. Data pengunjung Mr.Teto bulan Oktober-Desember 2017 adalah sebagai berikut.

Tabel 2. Jumlah konsumen Mr.Teto bulan Oktober-Desember 2017

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah konsumen</b>	<b>Jumlah hari</b>
Oktober	3817 orang	31
November	3296 orang	30
Desember	3906 orang	31
Jumlah	11019 orang	92
Rata-rata	119.77 dibulatkan menjadi 120 orang	

### 2. Sampel

Menurut Mulyatiningsih (2011: 10), “sampel adalah cuplikan atau bagian dari populasi”. Sampel yang diambil dalam penelitian harus mewakili semua karakter

yang terdapat pada populasi agar kesimpulan penelitian dapat berlaku. Sampel yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu konsumen di Mr. Teto yang dihitung dari jumlah populasinya. Jumlah populasi Mr.Teto adalah 120 orang. Penentuan ukuran sampel di hitung dengan menggunakan rumus yang dikembangkan oleh Isaac dan Michael untuk tingkat kesalahan 1%, 5%, dan 10%. Rumus perhitungan sampel adalah sebagai berikut.

$$s = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2 (N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

Keterangan:

s : Jumlah sampel

$\lambda^2$  : Chi kuadrat yang harganya tergantung derajat kebebasan dan tingkat kesalahan. Untuk derajat kebebasan 1 dan kesalahan 5% harga chi kudrat = 3,841. Harga chi kuadrat untuk kesalahan 1% = 6,634 dan 10% = 2,706

N : Jumlah populasi

P : Peluang benar (0,5)

Q : Peluang salah (0,5)

d : Perbedaan antara rata-rata sampel dengan rata-rata populasi. Perbedaan bisa 0,01 ; 0,05 dan 0,10

(Sugiono, 2015: 69)

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan tabel yang telah disajikan dari Issac dan Michael (Sugiono, 2015: 71) dengan tingkat kesalahan 5% dan jumlah populasi 120 orang maka jumlah sampelnya adalah 89 orang. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan sampling insidental atau aksidental. “Sampling insidental atau aksidental adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan cara memilih sampel yang secara kebetulan ditemui saja” (Mulyatiningsih, 2011:12).

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

Definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen, kualitas produk, dan kualitas pelayanan.

1. Kepuasan konsumen merupakan penilaian setiap konsumen dengan membandingkan antara kinerja (kondisi nyata) dengan kondisi yang diharapkan.
2. Kualitas produk merupakan salah satu sarana *positioning* utama pemasar yang memberikan kepuasan kepada konsumen. Kualitas produk diukur dengan dimensi kualitas produk yang meliputi kinerja, daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, fitur, reliabilitas, estetik, kemampuan pelayanan, dan kualitas yang dirasakan dari produk.
3. Kualitas pelayanan merupakan pelayanan terbaik (sesuai standar) yang diberikan oleh suatu perusahaan dan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas pelayanan diukur melalui dimensi kualitas pelayanan yang meliputi bukti langsung, keandalan, daya tangkap, jaminan, dan empati.

#### **E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang di gunakan yaitu kuesioner. Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Metode kuesioner digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk dan pelayanan di Mr.Teto.

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan angket skala likert. Data yang diperoleh berdasarkan pendapat/tanggapan seseorang. Skala likert mempunyai keragaman skor (*variability of scorer*) sebagai akibat penggunaan skala yang dalam contoh berkisar antara 1 sampai 5. Hal tersebut memungkinkan pelanggan mengekspresikan tingkat pendapat mereka dalam pelayanan (produk/jasa) yang mereka terima, lebih mendekati kenyataan sebenarnya. Tanggapan responden dinyatakan dalam bentuk harapan konsumen dan kenyataan yang terjadi.

Pemberian skor pada jawaban tingkat kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Skor jawaban kuesioner

<b>Harapan saya</b>	<b>Kenyataan yang terjadi</b>	<b>Skor</b>
SP = Sangat Penting	SP = Sangat Puas	4
P = Penting	P = Puas	3
TP = Tidak Penting	TP = Tidak Puas	2
STP = Sangat Tidak Penting	STP = Sangat Tidak Puas	1

Instrumen merupakan alat yang dipakai untuk menjembatani antara subjek dan objek (secara substansial antara hal-hal teoritis dengan empiris, antara konsep dengan data), sejauh mana data mencerminkan konsep yang ingin diukur tergantung pada instrumen (yang substansinya disusun berdasarkan penjabaran konsep/penentuan indikator) yang dipergunakan untuk mengumpulkan data (Suharsaputra, 2014: 94). Dalam sebuah instrumen substansi dari instrumen harus benar-benar menggali informasi yang diperlukan bagi suatu penelitian dengan mengacu pada konsep empiris atau indikator yang telah ditentukan.

Instrumen merupakan alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan informasi tentang variasi karakteristik variable secara objektif. Instrumen memiliki peranan penting dalam penelitian karena kualitas data yang dihasilkan dipengaruhi oleh kualitas instrument yang digunakan. Oleh karena itu, instrumen yang digunakan dalam penelitian harus dapat dipertanggungjawabkan.

## **F. Validitas dan Reabilitas**

### **1. Validitas**

Untuk melakukan suatu penelitian dibutuhkan suatu instrumen. Suatu instrumen dapat digunakan untuk mengukur sesuatu apabila instrumen tersebut valid. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Validitas (*validity*, kesahian) berkaitan dengan instrumen yang digunakan untuk mengukur sesuatu itu memang dapat mengukur secara tepat sesuatu yang akan diukur tersebut.

Pengujian validitas dilakukan dengan pengujian validitas konstruk (*construct validity*). Pengujian validitas konstruk yaitu dengan mempertanyakan apakah butir-butir pertanyaan dalam instrumen itu telah sesuai dengan konsep keilmuan yang bersangkutan (Nurgianto, 2012: 339). Dengan demikian, butir-butir pertanyaan tersebut dapat dipertanggungjawabkan keilmuan pada bidangnya. Butir-butir pertanyaan tersebut kemudian ditelaah oleh orang yang ahli dibidang yang bersangkutan (*expert judgement*). Pada penelitian ini, ahli *expert judgement* nya dari dosen PTBB.

Dari hasil validasi konstruk menunjukkan bahwa kisi-kisi instrumen dan kuesioner pada penelitian ini layak digunakan setelah dilakukan perbaikan. Pada kuesioner terdapat 37 butir pernyataan dengan 8 pilihan jawaban pada setiap pernyataan. Delapan pilihan jawaban tersebut terdiri dari 4 pilihan jawaban harapan konsumen yang dinyatakan dengan sangat tidak penting, tidak penting, penting, dan sangat penting serta 4 pilihan jawaban kenyataan yang terjadi yang dinyatakan dengan sangat tidak puas, tidak puas, puas, dan sangat puas.

Pada tahap selanjutnya dilakukan uji coba instrumen. Dasi hasil uji coba tersebut dapat dihitung validitasnya. Pengujian validitas dilakukan dengan rumus korelasi *Product Moment* untuk menentukan hubungan antara dua variabel (gejala) yang berskala interval (skala yang menggunakan angka sebenarnya). Rumus korelasi *Produk Moment* adalah sebagai berikut.

$$r_i = \frac{n\Sigma X_i Y_i - (\Sigma X_i)(\Sigma Y_i)}{\sqrt{[n\Sigma X_i^2 - (\Sigma X_i)^2][n\Sigma Y_i^2 - (\Sigma Y_i)^2]}}$$

Keterangan:

- $r_i$  : koefisien korelasi
- $n$  : jumlah responden
- $\Sigma X$  : jumlah skor butir
- $\Sigma Y$  : total dari jumlah skor yang diperoleh tiap responden
- $\Sigma X^2$  : jumlah dari kuadrat butir
- $\Sigma Y^2$  : total dari kuadrat jumlah skor yang diperoleh tiap responden
- $\Sigma XY$  : jumlah hasil perkalian antara skor butir angket dengan jumlah skor yang diperoleh tiap responden

(Sugiono, 2015: 356)

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pernyataan dalam mendefinisikan suatu variabel. Uji validitas instrumen dilakukan pada setiap butir pernyataan yang di uji validitasnya. Uji validitas dihitung dengan menggunakan bantuan komputer *Statistic Package for Sosial Science* (SPSS) versi 17. Untuk menguji validitas instrumen, kuesioner di uji coba kepada 30 orang responden. Responden tersebut merupakan konsumen yang datang ke Mr.Teto. Hasil  $r_{hitung}$  dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  untuk menganalisis hasil validitasnya. Dengan  $N=30$ ,  $df=28$ , signifikansi 5%, maka diperoleh  $r_{tabel}=0,361$ . Instrumen dikatakan valid apabila  $r_{hitung}$  sama dengan atau lebih besar dari  $r_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 5%, sebaliknya instrumen dinyatakan tidak valid apabila  $r_{hitung}$  kurang dari  $r_{tabel}$ .

Hasil pengujian validitas kualitas produk pada tingkat harapan konsumen disajikan dalam tabel berikut.



Tabel 4. Hasil uji validitas kualitas produk (harapan)

No.	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1.	0,534	0,361	Valid
2.	0,529	0,361	Valid
3.	0,508	0,361	Valid
4.	0,684	0,361	Valid
5.	0,438	0,361	Valid
6.	0,720	0,361	Valid
7.	0,562	0,361	Valid
8.	0,641	0,361	Valid
9.	0,720	0,361	Valid
10.	0,807	0,361	Valid
11.	0,519	0,361	Valid
12.	0,486	0,361	Valid
13.	0,536	0,361	Valid
14.	0,623	0,361	Valid
15.	0,646	0,361	Valid
16.	0,560	0,361	Valid
17.	0,619	0,361	Valid
18.	0,609	0,361	Valid
19.	0,432	0,361	Valid
20.	0,723	0,361	Valid
21.	0,509	0,361	Valid
22.	0,558	0,361	Valid
23.	0,325	0,361	Tidak valid

Sumber: Data uji coba kuesioner, diolah 2018

Dari hasil uji validitas butir pernyataan kualitas produk (harapan) menunjukkan bahwa dari 23 butir pernyataan ada 1 butir pernyataan yang memiliki  $r_{hitung}$  lebih kecil (kurang dari)  $r_{tabel}$  yaitu nomor 23, sehingga nomor 23 dinyatakan tidak valid dan tidak digunakan dalam penelitian.

Selanjutnya, disajikan tabel hasil uji validitas pada variabel kualitas produk pada tingkat kenyataan.

Tabel 5. Hasil uji validitas kualitas produk (kenyataan)

No.	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1.	0,485	0,361	Valid
2.	0,677	0,361	Valid
3.	0,666	0,361	Valid
4.	0,693	0,361	Valid
5.	0,684	0,361	Valid
6.	0,691	0,361	Valid
7.	0,747	0,361	Valid
8.	0,770	0,361	Valid
9.	0,760	0,361	Valid
10.	0,703	0,361	Valid
11.	0,832	0,361	Valid
12.	0,713	0,361	Valid
13.	0,736	0,361	Valid
14.	0,536	0,361	Valid
15.	0,727	0,361	Valid
16.	0,544	0,361	Valid
17.	0,274	0,361	Tidak valid
18.	0,399	0,361	Valid
19.	0,497	0,361	Valid
20.	0,794	0,361	Valid
21.	0,630	0,361	Valid
22.	0,563	0,361	Valid
23.	0,523	0,361	Valid

Sumber: Data uji coba kuesioner, diolah 2018

Dari hasil uji validitas butir pernyataan kualitas produk (kenyataan) menunjukkan bahwa dari 23 butir pernyataan ada 1 butir pernyataan yang memiliki  $r_{hitung}$  lebih kecil (kurang dari)  $r_{tabel}$  yaitu nomor 17, sehingga nomor 17 dinyatakan tidak valid dan tidak digunakan dalam penelitian.

Selanjutnya, disajikan tabel hasil uji validitas pada variabel kualitas pelayanan pada tingkat harapan.

Tabel 6. Hasil uji validitas kualitas pelayanan (harapan)

<b>No.</b>	<b>r<sub>hitung</sub></b>	<b>r<sub>tabel</sub></b>	<b>Keterangan</b>
24.	0,498	0,361	Valid
25.	0,658	0,361	Valid
26.	0,680	0,361	Valid
27.	0,740	0,361	Valid
28.	0,753	0,361	Valid
29.	0,684	0,361	Valid
30.	0,639	0,361	Valid
31.	0,665	0,361	Valid
32.	0,508	0,361	Valid
33.	0,769	0,361	Valid
34.	0,779	0,361	Valid
35.	0,763	0,361	Valid
36.	0,698	0,361	Valid
37.	0,731	0,361	Valid

Sumber: Data uji coba kuesioner, diolah 2018

Dari hasil uji validitas butir pernyataan kualitas pelayanan (harapan) menunjukkan bahwa dari 14 butir pernyataan semua pernyataan dinyatakan valid, sehingga dapat digunakan untuk penelitian.

Selanjutnya, disajikan tabel hasil uji validitas pada variabel kualitas pelayanan pada tingkat kenyataan.

Tabel 7. Hasil uji validitas kualitas pelayanan (kenyataan)

No.	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
24.	0,492	0,361	Valid
25.	0,788	0,361	Valid
26.	0,571	0,361	Valid
27.	0,620	0,361	Valid
28.	0,705	0,361	Valid
29.	0,613	0,361	Valid
30.	0,045	0,361	Tidak valid
31.	0,380	0,361	Valid
32.	0,564	0,361	Valid
33.	0,403	0,361	Valid
34.	0,714	0,361	Valid
35.	0,780	0,361	Valid
36.	0,778	0,361	Valid
37.	0,805	0,361	Valid

Sumber: Data uji coba kuesioner, diolah 2018

Dari hasil uji validitas butir pernyataan kualitas pelayanan (kenyataan) menunjukkan bahwa dari 14 butir pernyataan ada 1 butir pernyataan yang memiliki  $r_{hitung}$  lebih kecil (kurang dari)  $r_{tabel}$  yaitu nomor 30, sehingga nomor 30 dinyatakan tidak valid dan tidak digunakan dalam penelitian.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dari hasil uji validitas instrumen dapat diperoleh bahwa butir pernyataan nomor 17, 23, dan 30 dinyatakan tidak valid dan tidak dapat digunakan dalam penelitian.

## 2. Pengujian Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas (*reliability*) menunjuk pada pengertian apakah sebuah instrumen dapat mengukur sesuatu yang diukur secara konsisten dari waktu ke waktu (Nurgiyantoro, 2012: 341). Pengujian reliabilitas dengan *internal consistency*, dilakukan dengan cara mencobakan instrumen sekali saja, kemudian yang diperoleh dianalisis dengan teknik tertentu. Hasil analisis dapat digunakan untuk

memprediksi reliabilitas instrumen. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan rumus Alfa Cronbach karena datanya berupa data interval. Rumus koefisien reliabilitas Alfa Cronbach adalah sebagai berikut.

$$r = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan:

r : koefisien reliabilitas yang dicari

k : jumlah butir pernyataan

$\sigma_i^2$  : varian butir-butir pernyataan

$\sigma^2$  : varian skor pernyataan

(Nurgiyantoro, 2012: 352)

Setelah dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan bantuan *Statistic Package for Sosial Science* (SPSS) versi 17 maka dapat diperoleh nilai koefisien reliabilitasnya. Uji reliabilitas dilakukan terhadap seluruh butir pernyataan. Kriteria pengambilan keputusan untuk menentukan reliabilitasnya yaitu apabila nilai r (*cronbach's alpha*) lebih besar dari 0,60 maka instrumen tersebut dikatakan reliabel. Sebaliknya, apabila nilai r (*cronbach's alpha*) lebih kecil dari 0,60 maka instrumen tersebut tidak reliabel. Hasil uji reliabilitas instrumen ditunjukkan sebagai berikut.

Tabel 8. Hasil uji reliabilitas (harapan)

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>
Produk	0,914
Pelayanan	0,907

Tabel 9. Hasil uji reliabilitas (kenyataan)

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>
Produk	0,907
Pelayanan	0,859

Dari hasil uji reliabilitas pada tabel di atas dapat diketahui nilai *Cronbach's Alpha* untuk semua variabel lebih besar dari 0,60 sehingga variabel instrumen penelitian dapat dinyatakan reliabel.

## **G. Metode Analisis Data**

### **1. Analisis deskriptif**

Setelah mengumpulkan data, maka langkah selanjutnya adalah menganalisis data yang sudah diperoleh. Dalam penelitian ini data ditabulasi dan dianalisis menggunakan analisis statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2015: 29). Data yang disajikan meliputi penyajian tabel frekuensi, prosentase, dan diagram untuk memberi gambaran yang jelas mengenai masalah yang diteliti seperti jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan frekuensi kedatangan. Data-data tersebut kemudian diinterpretasikan menggunakan bantuan program *Microsoft Excel for Windows*.

### **2. Analisis Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP)**

Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP) dapat dihitung dengan rumus:

$$IKP = PP - EX$$

Keterangan:

IKP : Indeks Kepuasan Pelanggan

PP : *Perceived Performance* (kinerja yang dirasakan)

EX : *Expectations* (harapan konsumen)

Apabila *perceived performance* melebihi *expectation* maka pelanggan akan memperoleh kepuasan, dan sebaliknya jika *perceived performance* lebih kecil dari *expectations* maka pelanggan tidak memperoleh kepuasan (Sunyoto, 2013: 39). Dengan kata lain:

IKP = 0 atau positif, maka konsumen merasa puas

IKP = negatif, maka konsumen merasa belum puas

### **3. Analisis Tingkat Kesesuaian (Tki)**

Dalam melakukan analisis kepuasan konsumen, maka digunakan analisis tingkat kesesuaian untuk membandingkan tingkat kepentingan dan kinerja kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penilaian tingkat harapan dan kenyataan produk dan pelayanan, maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat harapan dan tingkat kenyataan.

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja/pelaksanaan dengan skor kepentingan (Supranto, 2011: 241). Pengukuran tingkat kesesuaian (Tki) menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan:

Tki : tingkat Kesesuaian responden

Xi : skor penilaian kenyataan/kinerja perusahaan

Yi : skor penilaian harapan/kepentingan konsumen

(Supranto, 2011: 241)

Kepuasan terjadi apabila nilai kinerja/kenyataan (X) lebih besar dari nilai harapan (Y), sehingga dapat dibuat kriteria sebagai berikut.

$\geq 100$  ( $X > Y$ ) = konsumen merasa puas

$< 100$  ( $X < Y$ ) = Konsumen merasa belum puas



