

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan akurat fakta serta karakteristik suatu populasi atau bidang tertentu (Azwar, 2012: 7). Jenis penelitian ini merupakan penelitian survei. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Peneliti mendeskripsikan secara kuantitatif (angka-angka) kecenderungan-kecenderungan, perilaku-perilaku, atau opini-opini dari suatu populasi dengan meneliti sampel populasi tersebut (Creswell, 2010: 216). Penelitian ini mencoba untuk menganalisis serta mendeskripsikan analisis tentang persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan di Rumah Makan Yogya Chicken Pelemkecut Yogyakarta.

B. Tempat Dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian berada di rumah makan Yogya Chicken Pelemkecut Yogyakarta. Penelitian dimulai saat awal observasi yaitu pada Agustus 2019 sampai dengan bulan April 2019.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi penelitian adalah semua objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang akan diteliti (Hasan, 2002: 58). Sedangkan Sugiyono (2012: 80), menyatakan bahwa 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. Berdasarkan pernyataan tersebut, populasi dari penelitian ini adalah semua konsumen di rumah makan Yogya Chicken Yogyakarta pada saat penyebaran angket dilakukan.

Jadi, populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung di rumah makan Yogya Chicken Yogyakarta sebanyak 516 pengunjung pada bulan Agustus.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Roscoe dalam Sugiyono (2012: 47), “Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 responden sampai dengan 500 responden”. Metode penarikan sampel/pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah insidental sampling dimana peneliti memberikan kesempatan yang sama atau secara kebetulan pada anggota populasi untuk dijadikan anggota sampel (Sugiyono, 2012: 53). Dalam penentuan sampel digunakan rumus:

$$N = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

Dimana:

N = Jumlah Sampel

Z = Tingkat Distribusi Normal

Moe = *Margin of error*, yaitu tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi atau yang diinginkan.

Dengan menggunakan *margin of error* sebesar 10% maka jumlah sampel minimal yang dapat diambil adalah:

$$N = \frac{1,96^2}{4(0,10)^2}$$

$$N = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan jumlah sampel minimal yang diambil adalah 96 namun dalam penelitian ini mengambil sampel sebanyak 100 pengunjung yang ditemui di lokasi penelitian. Jadi, sampel dalam penelitian ini adalah konsumen di rumah makan Yogya Chicken Yogyakarta pada periode bulan Agustus 2018 sebanyak 100 konsumen.

D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah obyek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian (Arikunto, 2010: 161). Variabel Independen dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab penyebabnya atau timbulnya variabel dependen/ terikat (Sugiyono, 2011: 39). Dalam penelitian ini variabel independen berupa persepsi konsumen.

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel *output, kriteria, konsekuen, dan endogen* (Idrus, 2009 : 79). Dalam bahasa Indonesia disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena variabel bebas (Sugiyono, 2011: 39). Dalam penelitian ini variabel dependen berupa kualitas produk dan kualitas pelayanan, dan variabel independen berupa persepsi konsumen.

E. Definisi Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian ini adalah persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan di Rumah Makan Yogya Chicken Pelemkecut Yogyakarta.. Analisis tentang persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan di Rumah Makan Yogya Chicken Pelemkecut Yogyakarta dimaksudkan suatu proses yang dimulai dari penglihatan hingga terbentuk tanggapan yang terjadi dalam diri pengunjung sehingga pengunjung sadar akan segala sesuatu dalam lingkungannya melalui indera-indera yang dimilikinya.

1. Kualitas produk adalah keseluruhan barang dan jasa yang berkaitan dengan keinginan konsumen yang secara keunggulan produk sudah layak diperjualkan sesuai harapan dari pelanggan. Kualitas produk dalam penelitian ini di ukur berdasarkan rasa (*flavour*), ketetapan (*consistency*), susunan/bentuk/potongan (*texture/farm/shape*), kandungan gizi (*nutritional content*), *visual appeal*, *aromatic appeal*, suhu (*temperature*).
2. Kualitas pelayanan adalah suatu tingkat keunggulan yang dirasakan seseorang terhadap suatu jasa yang diharapkan dari perbandingan antara keinginan dan kinerja yang dirasakan konsumen setelah membeli jasa tersebut. Indikator kualitas pelayanan dalam penelitian ini yaitu bukti langsung, keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsivennes*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*), bukti fisik (*tangible*)
3. Persepsi adalah sebuah proses mengetahui atau menggaliobjek dengan bantuan indera, dimana seseorang menerima stimulus dari luar dengan penuh kesadaran dan berusaha untuk memahami serta menginterpretasi stimulus tersebut

menjadi sebuah makna. Suatu penilaian yang diberikan oleh pelanggan atas indikator-indikator kualitas produk dan kualitas pelayanan yakni dalam aspek tingkatan baik dan tidak baiknya terhadap pandangan yang digunakan.

F. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya yaitu:

a. Kuesioner (Angket)

Kuisisioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2012: 199). Kuesioner ditujukan kepada rumah makan Yogya Chicken Yogyakarta dan digunakan untuk mengetahui informasi data tentang tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan di rumah makan Yogya Chicken Yogyakarta.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, gambar maupun elektronik (Sukmadinata, 2006: 221). Dokumentasi digunakan untuk mencari data dari tentang tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan di rumah makan Yogya Chicken Yogyakarta.

2. Instrumen Pengumpulan Data

a. Kuesioner

Untuk mengetahui analisis tentang tingkat kepuasan konsumen di rumah makan Yogya Chicken Yogyakarta, skala yang cocok dengan kuesioner adalah dengan menggunakan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijadikan indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Skala *Likert* merupakan metode skala bipolar yang mengukur tanggapan positif dan negatif terhadap suatu pernyataan. Berikut ini adalah kisi-kisi kuesioner yang akan digunakan untuk mengambil dan mengumpulkan data. Kisi-kisi kuesioner dapat divisualisasikan pada Tabel 1.

Tabel 2. Kisi-kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Sub Variabel	Indikator	No soal	Jml
Kualitas Produk Marsum (2005:159)	Rasa (<i>Flavour</i>)	Rasa yang enak dan baunya sedap	1, 2, 3	3
	Ketetapan (<i>consistency</i>)	Standar mutu, rasa, aroma	4, 5, 6, 7, 8, 9	6
	Susunan/bentuk/potongan (<i>texture/farm/shape</i>)	Texture makanan Ukuran makanan	10, 11, 12 13, 14, 15	6
	Kandungan gizi (<i>nutritional content</i>)	Kandungan gizi	16, 17	2
	<i>Visual Appeal</i>	Hasil jadi hidangan yang dilihat mata	18, 19, 20, 21	4
	<i>Aromatic appeal</i>	Aroma makanan	22, 23	2
	Suhu (<i>temperature</i>)	Suhu makanan	24, 25	2

Variabel	Sub Variabel	Indikator	No soal	Jml
Kualitas Pelayanan Parauraman (2001: 32)	Daya tanggap (<i>responsiveness</i>)	Standar pelayanan	1, 2, 3, 4, 5, 6	6
	Jaminan (<i>assurance</i>)	Sikap karyawan	7, 8, 9	3
	Bukti fisik (<i>tangible</i>)	Sarana dan prasarana	10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17	8
	Empati (<i>empathy</i>)	Perhatian terhadap konsumen	18, 19, 20	3
	Kenandalan (<i>reliability</i>)	Prosedur penerimaan konsumen dengan benar	21, 22, 23, 24	4

Supaya tanggapan responden lebih tegas pada posisinya yang mana, maka disarankan menggunakan empat skala jawaban saja dan tidak menggunakan jawaban netral (Mulyatiningsih: 2001: 29) Skala jawaban dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Skoring Jawaban pada Sub Variabel kualitas Produk

Gradasi Nilai	Skor
Baik Sekali	4
Baik	3
Cukup Baik	2
Kurang Baik	1

Tabel 4. Skoring Jawaban pada Sub Variabel kualitas Pelayanan

Gradasi Nilai	Skor
Sangat Prima	4
Prima	3
Cukup Prima	2
Kurang Prima	1

G. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Validitas Instrumen

Validitas atau kesahihan adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (*valid measure if it successfully measure the phenomenon*) (Sugiyono, 2012: 162). Untuk menguji validitas menggunakan rumus *product moment* dengan ketentuan valid apabila koefisien korelasi *product moment* > r. rumus *product moment* adalah :

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n(\sum x^2) - (\sum x)^2][n(\sum y^2) - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan: x = skor variabel (jawaban responden)

y = skor total variabel untuk responden

n = Jumlah Responden

Kriteria keputusan item valid (sahih) jika r hitung > r tabel. Data dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Pengujian validitas dilakukan dengan 30 responden. Dalam pengujian ini koefisiens korelasi kritis diperoleh dari tabel distribusi r dengan menggunakan taraf signifikan sebesar 5 % maka r-tabel = 0,361. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Jika r hitung (untuk tiap butir pertanyaan terhadap skor total) lebih besar dari nilai r tabel, maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid. Hasilnya seperti tabel dibawah ini :

Tabel 4. Rangkuman Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Nilai Korelasi	Sig	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	KP1	0,392	0,361	Valid
	KP2	0,528	0,361	Valid
	KP3	0,561	0,361	Valid
	KP4	0,512	0,361	Valid
	KP5	0,378	0,361	Valid
	KP6	0,412	0,361	Valid
	KP7	0,492	0,361	Valid
	KP8	0,557	0,361	Valid
	KP9	0,430	0,361	Valid
	KP10	0,638	0,361	Valid
	KP11	0,507	0,361	Valid
	KP12	0,697	0,361	Valid
	KP13	0,513	0,361	Valid
	KP14	0,576	0,361	Valid
	KP15	0,588	0,361	Valid
	KP16	0,403	0,361	Valid
	KP17	0,478	0,361	Valid
	KP18	0,296	0,361	Tidak Valid
	KP19	0,377	0,361	Valid
	KP20	0,428	0,361	Valid
	KP21	0,309	0,361	Tidak Valid
	KP22	0,353	0,361	Tidak Valid
	KP23	0,638	0,361	Valid
	KP24	0,517	0,361	Valid
	KP25	0,197	0,361	Tidak Valid

Variabel	Item	Nilai Korelasi	Sig	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X2)	KP1	0,478	0,361	Valid
	KP2	0,520	0,361	Valid
	KP3	0,628	0,361	Valid
	KP4	0,507	0,361	Valid
	KP5	0,473	0,361	Valid
	KP6	0,497	0,361	Valid
	KP7	0,247	0,361	Tidak Valid
	KP8	0,607	0,361	Valid
	KP9	0,469	0,361	Valid
	KP10	0,628	0,361	Valid
	KP11	0,290	0,361	Tidak Valid
	KP12	0,379	0,361	Valid
	KP13	0,564	0,361	Valid
	KP14	0,494	0,361	Valid
	KP15	0,483	0,361	Valid
	KP16	0,225	0,361	Tidak Valid
	KP17	0,483	0,361	Valid
	KP18	0,508	0,361	Valid
	KP19	0,466	0,361	Valid
	KP20	0,442	0,361	Valid
	KP21	0,397	0,361	Valid
	KP22	0,432	0,361	Valid
	KP23	0,530	0,361	Valid
	KP24	0,673	0,361	Valid

Sumber : Data primer di olah, 2018

Dari hasil uji validitas tersebut diperoleh nilai r hitung dari semua item pada variabel Tingkat Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan lebih besar dari r tabel kecuali pada butir pernyataan Kualitas Produk (pernyataan no 18,21,22, dan 25), Kualitas Pelayanan (pernyataan no 7,11, dan 16). Butir-butir pernyataan yang tidak valid tersebut memiliki nilai r hitung lebih kecil dari 0,361 sementara butir-butir yang lain yang mempunyai r hitung lebih besar dari r tabel dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

2. Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula (Sugiyono, 2012: 173).

Untuk uji reliabilitas instrumen menggunakan *Alpha Cronbach*. Rumus *Alpha Cronbach* adalah:

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

Keterangan: σ_t^2 = Varians total

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah Varian butir

k = Jumlah butir pertanyaan

r_{11} = Koefisien reliabilitas instrumen

Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach* bila koefisien reliabilitas (r_{11}) > 0,6.

Pengujian reliabilitas ini dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja. Program SPSS memberikan fasilitas untuk reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* (α) > 0,6. Hasil uji reliabilitas dapat dirangkum seperti pada tabel berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas Produk	0,858	0,6	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,857	0,6	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan ringkasan hasil uji reliabilitas seperti yang terangkum dalam tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien *Cronboach Alpha* untuk ketiga variabel yaitu Tingkat Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan lebih besar dari 0,6. Maka dapat dikatakan bahwa semua butir pertanyaan dalam variabel penelitian adalah reliabel.

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu cara yang digunakan untuk mengolah data setelah terkumpul agar dapat dihasilkan suatu simpulan yang tepat (Suharsimi Arikunto, 2002 dalam Ruliyanti Nurjannah 2017).

1. Analisis Deskriptif

Teknik analisis yang digunakan pertama dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Menurut Sugiono (2015: 2017) statistic deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sample atau populasi ebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Analisis deskriptif dalam penelitian ini mengandung *mean* (me), *median* (md), *modus* (mo) dan standar deviasi atau simpangan baku.

a. Mean (Me)

Mean merupakan teknik penjelasan kelompok yang didasarkan atas nilai rata-rata dari kelompok tersebut. Rata-rata (*mean*) ini didapat dengan menjumlahkan data seluruh individu dalam kelompok itu, kemudian dibagi dengan jumlah individuyang ada pada kelompok tersebut (Sugiono, 2015: 49). Hal ini dapat dirumuskan senagai berikut:

$$\mathbf{Me} = \frac{\sum X_i}{n}$$

Keterangan:

Me = Mean (rata-rata)

\sum = Epsilon (baca jumlah)

X_i = Nilai x ke I sampai ke n

N = Jumlah individu

b. Median (Md)

Median adalah salah satu teknik penjelasan kelompok yang didasarkan atas nilai tengah dari kelompok data yang telah disusun urutannya dari yang terkecil sampai yang terbesar, atau sebaliknya dari yang terbesar sampai yang terkecil (Sugiono, 2015 : 48).

$$\mathbf{Md} = b + p \left(\frac{\frac{1}{2}n - F}{f} \right)$$

Keterangan:

Md = Median

b = Batas bawah

n = Banyak data/ jumlah sample

p = panjang kelas interval

F = jumlah semua frekuensi sebelum kelas median

f = Frekuensi kelas median (Sugiyono, 2015 : 53)

c. Modus (Mo)

Modus merupakan teknik penjelasan kelompok yang didasarkan atas nilai yang sedang populer (yang sedang menjadi *mode*) atau nilai yang sering muncul dalam kelompok tersebut (Sugiono, 2015 : 47).

d. Interval

Untuk memperoleh distribusi frekuensi digunakan perhitungan interval kelas, rentang interval, dan panjang interval.

Interval Kelas = $1 + 2,3 \log n$ (jumlah sample)

Rentang Interval = nilai tertinggi – nilai terendah

Panjang Interval = panjang interval : interval kelas (Sugiono, 2015 : 36)

e. Tabel Kategorisasi

Deskripsi selanjutnya adalah melakukan pengkategorian skor yang diperoleh dari masing-masing variabel. Uji kecenderungan digunakan untuk mengetahui gambaran umum dari masing-masing variabel bebas dan terikat dalam penelitian. Adapun cara yang digunakan dengan mengidentifikasi kecenderungan skor rata-rata data pengelompokan tersebut menggunakan rumus (Sudijono, 2012: 40-41), sebagai berikut:

Tabel 6. Kecenderungan Skor Rata-rata Untuk Kualitas Produk

No	Kecenderungan Skor Rata-rata	Kategori
1	$\geq (Mi + 1,5 SDi)$	Baik Sekali
2	Mi s/d $(Mi + 1,5 SDi)$	Baik
3	$(Mi - 1,5 SDi)$ s/d Mi	Cukup Baik
4	$\leq (Mi - 1,5 SDi)$ s/d Mi	Kurang Baik

Adapun rumus rerata ideal (M_i) dan simpangan baku ideal (s_{di}) tiap variabel, sebagai berikut:

$$M_i : \frac{1}{2} (\text{skor tertinggi} + \text{skor terendah})$$

$$SD_i : \frac{1}{6} (\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah})$$

Tabel 7. Kecenderungan Skor Rata-rata Untuk Kualitas Pelayanan

No	Kecenderungan Skor Rata-rata	Kategori
1	$\geq (M_i + 1,5 SD_i)$	Sangat Prima
2	$M_i \text{ s/d } (M_i + 1,5 SD_i)$	Prima
3	$(M_i - 1,5 SD_i) \text{ s/d } M_i$	Cukup Prima
4	$\leq (M_i - 1,5 SD_i) \text{ s/d } M_i$	Kurang Prima

Adapun rumus rerata ideal (M_i) dan simpangan baku ideal (s_{di}) tiap variabel, sebagai berikut:

$$M_i : \frac{1}{2} (\text{skor tertinggi} + \text{skor terendah})$$

$$SD_i : \frac{1}{6} (\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah})$$