

BAB III

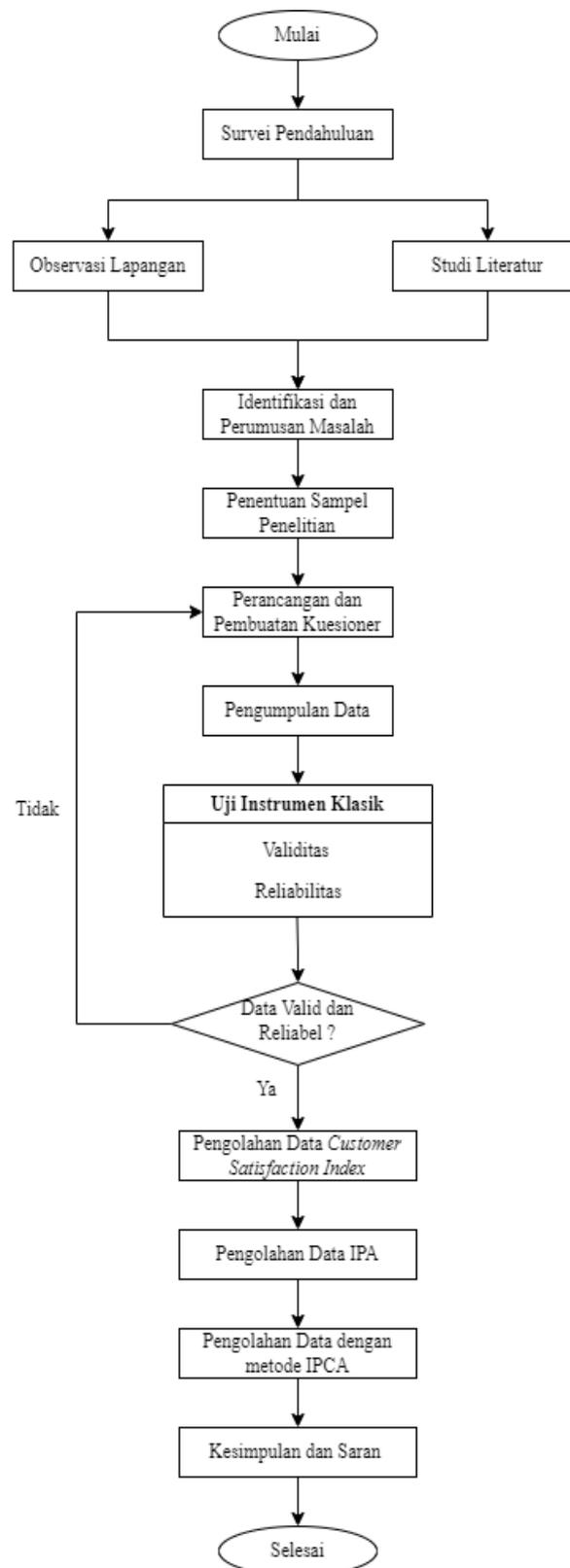
METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek dan Subjek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah evaluasi kepuasan pelanggan di Langgeng Sari. Subjek pada penelitian ini dilakukan di Rumah Makan Langgeng Sari yang merupakan salah satu usaha bidang kuliner memiliki tempat khas dan berlokasi di daerah wisata Desa Karangsalam, Kecamatan Baturaden.

3.2 Diagram Alur Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa tahapan mulai dari survei pendahuluan, observasi lapangan, studi literatur, mengidentifikasi untuk perumusan masalah, menentukan sampel, perancangan dan pembuatan kuesioner pengumpulan data, melakukan uji instrumen klasik, pengolahan data dengan metode CSI, kemudian perhitungan dengan metode IPA, selanjutnya melakukan pengolahan data menggunakan metode IPCA, serta membuat kesimpulan dan saran. Diagram alur penelitian dapat dilihat pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1 *Flowchart* Penelitian

Dari perhitungan rumus slovin diatas didapatkan jumlah minimal sampel sebanyak 98.06 dibulatkan menjadi 98 maka jumlah yang digunakan untuk melakukan sampel sebanyak 98 sampel. Selanjutnya melakukan perancangan pembuatan kuesioner dengan menggunakan skala *likert* dengan skor 1-5 dapat dilihat pada tabel 3.1.

Tabel 3. 1 Skala *Likert*

Keterangan	Skor
Sangat Puas	5
Puas	4
Cukup Puas	3
Tidak Puas	2
Sangat Tidak Puas	1

Selanjutnya dilakukan uji kelayakan terhadap data yang didapatkan menggunakan uji validitas, dan uji realibilitas. Setelah uji kelayakan dilakukan maka langkah selanjutnya yaitu masuk ke dalam pengolahan data dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap variabel kualitas layanan, produk wisata, harga, kualitas makanan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), serta metode *Importance Performance Analysis* (IPCA). Langkah akhir yang dilakukan yaitu memberikan kesimpulan dan saran terkait penelitian yang telah dilakukan.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Alat dan Bahan

Adapun alat dan bahan yang digunakan dalam melakukan penelitian ini sebagai berikut:

1. Alat tulis
2. Kuesioner Penelitian
3. *Handphone* dan Laptop

4. *Microsoft Excel* dan *Word*

5. *Spss 26*

3.3.2 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data didapatkan melalui beberapa sumber data dengan teknik pengambilannya antara lain:

1. Data Primer

Data yang didapatkan dengan cara melakukan observasi, wawancara, dan melakukan kuesioner pada pelanggan Langgeng Sari. Penelitian ini membutuhkan data berupa pengaruh tingkat kepuasan pelanggan terkait kualitas layanan dan lokasi pada Rumah Makan Langgeng Sari.

2. Data Sekunder

Data sekunder didapatkan melalui media perantara secara tidak langsung berupa data histori, catatan, dan bukti yang telah ada. Sumber data sekunder dalam penelitian ini yaitu jumlah pendapatan di Langgeng Sari.

Pengambilan data yang dibutuhkan pada penelitian ini diperoleh melalui beberapa cara yaitu,

1. Penelitian Lapangan

- a. Observasi, pengamatan terhadap objek penelitian secara langsung guna mendapatkan data informasi sekitar Langgeng Sari. Pengamatan penelitian ini dilakukan secara langsung dengan mengamati pelanggan dan area sekitar Langgeng Sari.
- b. Wawancara, melakukan wawancara pada pihak perusahaan untuk mendapatkan informasi terkait permasalahan yang sedang dihadapi dan mendapatkan data secara valid.
- c. Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada responden terkait dan berisi beberapa atribut tentang masalah yang dibahas.

2. Tinjauan Pustaka

Pengumpulan data dengan cara membaca studi pustaka untuk mempelajari *litterature*, jurnal, *paper*, laporan, dan informasi yang terkait dengan topik pembahasan penelitian.

3.4 Teknik Analisa Data

3.4.1 Uji Kelayakan Data

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah sebuah cara yang digunakan untuk melihat valid atau tidak suatu instrumen penelitian. Instrumen penelitian dikatakan valid jika instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sirnajaya & Yusuf, 2022). Uji Validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur dan mengumpulkan data penelitian dari responden. Dasar uji validitas yang digunakan adalah :

Dasar untuk melakukan Uji Validitas *Pearson*

a) Membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel}

1. Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel} = \text{Valid}$
2. Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel} = \text{Tidak Valid}$
3. Nilai r_{tabel} yang dipakai untuk $N = 100$ pada signifikansi 5% adalah 0.195

b) Melihat nilai signifikansi

1. Apabila nilai signifikansi < 0.05 , maka dikatakan valid
2. Apabila nilai signifikansi > 0.05 , maka dikatakan tidak valid.

2. Uji Realibilitas

Sama dengan uji validitas, uji reliabilitas digunakan untuk menguji instrumen yang diberikan kepada responden. Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat kemampuan instrumen yang jika digunakan beberapa kali akan tetap menghasilkan data yang konsisten (Sirnajaya & Yusuf, 2022). Dalam uji reliabilitas menggunakan teori dasar *Cronbach's Alpha*. Nilai

koefisien *Cronbach's Alpha* adalah 0,6 (Utami et al., 2021). Dimana jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,6 maka dinyatakan reliabel.

3.4.2 Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI)

CSI (*Customer Satisfaction Index*) merupakan alat untuk menganalisis kepuasan pelanggan yang bersifat kuantitatif. Perhitungan menggunakan metode CSI ini penting dilakukan guna mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan memperhatikan tingkatan dari kepentingan seluruh atribut dari produk atau jasa. Rumus perhitungan untuk mendapatkan nilai CSI dapat dilihat pada persamaan berikut (Widodo & Sutopo, 2018):

$$CSI = \frac{T}{5Y} \times 100\% \dots \dots \dots (3.4)$$

Keterangan:

T = Nilai Total CSI

5 = Nilai Maksimum Skala Pengukuran

Y = Total Nilai Dari Kolom Harapan

Menurut Bhote dalam Widodo & Sutopo, (2018) perhitungan keseluruhan CSI adalah dengan mengetahui nilai rata-rata pada setiap kolom kepentingan (I) ditotal sehingga diperoleh nilai (Y) dan hasil kali (I) dengan (P) pada kolom skor (S). Hasil kali tersebut untuk mendapatkan nilai (T). Perhitungan keseluruhan nilai CSI dapat dilihat pada Tabel 3.2.

Tabel 3. 2 Perhitungan CSI

Atribut	Kepentingan	Kepuasan	Skor
	Skala 1-5	Skala 1-5	(S) = (I) x (P)
1.			
2.			
Skor Total	Total (I) = (Y)		Total (S) = (T)

3.4.3 Metode *Importance Performance Competitor Analysis* (IPCA)

Tahapan selanjutnya adalah analisis kuadran. Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) menggabungkan pengukuran tingkat

kepentingan dan kinerja dalam grafik dua dimensi dengan nilai rata-rata kinerja (*performance*) digambarkan dengan sumbu-X dan atribut kepentingan (*importance*) digambarkan dengan sumbu-Y atau yang sering disebut juga sebagai diagram kartesius. Sedangkan lanjutan dari pengukuran melalui *Importance Performance Competitor Analysis* (IPCA) adalah mengabungkan antara skor GAP sebagai sumbu-Y dan *Performance Differences* (PD) sebagai sumbu-X. Matriks IPCA juga digambarkan melalui empat kuadran yang digunakan untuk memetakan atribut yang dianalisis, dapat dilihat pada Gambar 3.2 (Furqon et al., 2021):

Analisis *Importance Performance Competitor Analysis* (IPCA) merupakan pengukuran lanjutan dari metode *Importance Performance Analysis* (IPA) yang memasukan informasi pesaing dengan menggunakan nilai Gap dan *performance difference* (PD) dari perusahaan utama dengan kompetitor perusahaan. Langkah awal dalam menguji pada metode IPCA ini adalah dengan menghitung nilai rata-rata (*mean*) dari tiap atribut kepentingan dan kinerja perusahaan yang diteliti maupun pesaing. Pendekatan pada IPCA mengukur tingkat kinerja (P) dan skor kepentingan atribut (I). Apabila skor (P) lebih tinggi dari (I) maka Gap bernilai positif dan sebaliknya. Adapun rumus penentuan GAP sebagai berikut (Rafi, 2022):

$$GAP_i = P_i - I_i \dots \dots \dots (3.5)$$

Dimana : P = Nilai rata-rata kinerja (*performance*) pada indikator i

I = Nilai rata-rata kepentingan (*importance*) pada indikator i

Performance Differences (PD) merupakan variabel kedua yang digunakan dalam IPCA. Variabel ini untuk mengukur dan membandingkan antara kinerja perusahaan utama dengan kinerja perusahaan kompetitor. PD bernilai positif apabila kinerja perusahaan utama lebih tinggi dari kompetitornya dan sebaliknya. Adapun rumus *Performance Differences* (PD) sebagai berikut:

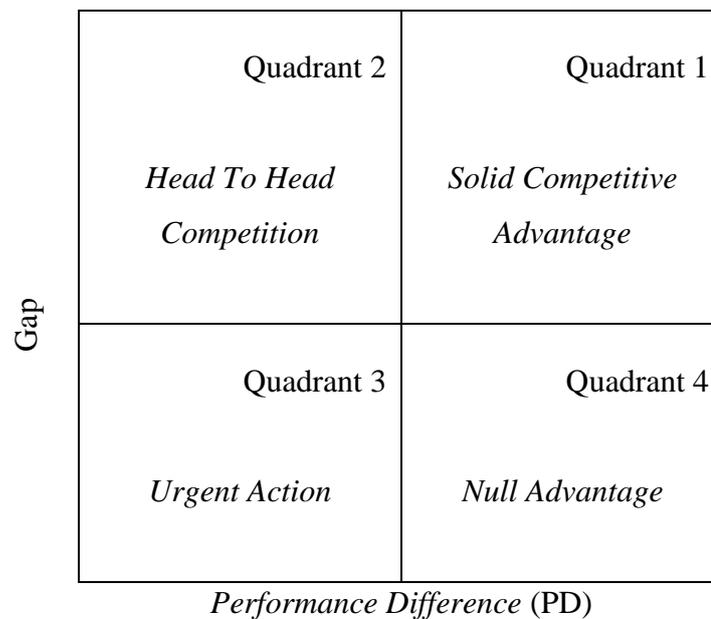
$$PD = P_{focal} - P_{competitor} \dots \dots \dots (3.6)$$

Keterangan:

PD = *Performance Differences*

P_{focal} = Nilai rata-rata performa dari perusahaan utama

$P_{competitor}$ = Nilai rata-rata performa dari perusahaan kompetitor



Gambar 3. 2 Kuadran IPCA

- 1) Kuadran pertama: “*Solid Competitive Advantage*” dimana dalam kuadran pertama ini atribut dari skor kinerja dan kepentingan perusahaan utama lebih tinggi dari kompetitornya *Performance Differences* (PD) positif dan GAP juga positif. Sehingga perusahaan harus tetap mempertahankan tingkat kinerja dengan berbagai keunggulan yang dimiliki.
- 2) Kuadran kedua: “*Head to Head Competition*” kuadran ini mencakup atribut dengan skor kinerja yang lebih rendah dan memiliki GAP lebih tinggi dari perusahaan pesaing. Sehingga perlu adanya rekomendasi untuk mencapai tingkat kinerja dengan pesaing melalui perbandingan yang dilakukan.
- 3) Kuadran Ketiga: “*Urgent Action*” atribut yang masuk kedalam kuadran ini memiliki skor kinerja yang buruk dimana skor tingkat

kinerja lebih rendah dari kepentingan. Pada kuadran ini memperlihatkan adanya kelemahan yang dimiliki perusahaan utama sehingga perlu ada upaya untuk melakukan tindakan peningkatan kualitas layanan pada perusahaan.

- 4) Kuadran Keempat: “*Null Advantage*” kuadran keempat menunjukkan situasi dimana kinerja lebih tinggi dari pesaing. Namun, tingkat harapan pelanggan belum terpenuhi akibat dari kepentingan lebih rendah dari kinerja perusahaan.

3.4.4 Atribut Penelitian

Atribut penelitian berisi pernyataan yang digunakan sebagai acuan pada pembuatan pertanyaan kuesioner yang nantinya ditanyakan kepada responden terkait dengan penelitian. Atribut yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berdasarkan variabel kualitas pelayanan dan lokasi terkait Langgeng Sari. Atribut penelitian yang digunakan tertera pada tabel 3.3 sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Atribut Penelitian

No	Variabel	Dimensi	Kode	Atribut	Referensi
1	Kualitas Layanan (<i>Service Quality</i>)	<i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	TG 1	1. Kebersihan dan kenyamanan ruangan.	Indrajaya, (2018), Widodo & Sutopo, (2018)
			TG 2	2. Fasilitas yang memadai (meja, wi-fi, toilet, dan musola).	
			TG 3	3. Kesesuaian atau kerapian penampilan karyawan.	
		<i>Responsiveness</i> (Ketanggapan)	RS 1	1. Ketanggapan karyawan dalam memberikan jawaban terkait keluhan pelanggan.	Wirawan et al., (2019), Syahidin & Adnan, (2022)
			RS 2	2. Karyawan mampu membantu pelanggan dalam mendapatkan	

No	Variabel	Dimensi	Kode	Atribut	Referensi
				menu yang dibutuhkan.	
			RS 3	3. Karyawan memiliki daya cepat tanggap dalam melayani pelanggan.	
		<i>Reability</i> (Keandalan)	RE 1	1. Karyawan memberikan layanan secara tepat dan akurat (tidak ada kesalahan dalam melayani).	Fatimah & Zakaria, (2021), Amri et al., (2020)
			RE 2	2. Pembayaran yang cepat dan mudah.	
			RE 3	3. Karyawan memberikan / mengantarkan menu pesanan dengan baik.	
		<i>Assurance</i> (Jaminan)	AS 1	1. Karyawan mampu menjelaskan / memberikan pengetahuan terhadap masing-masing menu yang disajikan.	Reski Dewi Pratiwi, (2022), Indrajaya, (2018)
			AS 2	2. Kemampuan karyawan dalam memberikan jaminan makanan/minuman jika terdapat kesalahan pada menu yang dipesan.	
			AS 3	3. Pelanggan merasa aman untuk melakukan transaksi.	

No	Variabel	Dimensi	Kode	Atribut	Referensi
		<i>Emphaty</i> (Empati)	EM 1	1. Karyawan menerima pelanggan dengan ramah.	Widiyanti, (2022), Lestari et al., (2020)
			EM 2	2. Karyawan memberikan pelayanan yang sama kepada para pelanggan (tidak mendahulukan antrean).	
			EM 3	3. Perusahaan mampu menerima / merespon kritik dan saran dari pelanggan.	
2	Produk Wisata	Atraksi	AT 1	1. Pemandangan keindahan alam yang dapat dilihat.	Tampubolon et al., (2020).
			AT 2	2. Keunikan desain warung / tempat.	
		Aksesibilitas	AK 1	1. Kemudahan dalam menuju tempat lokasi.	Nabilah et al., (2019).
			AK 2	2. Area dan keamanan tempat parkir.	
3	Kualitas Makanan (<i>Food Quality</i>)	Cita Rasa & Variasi Menu	FQ 1	1. Kualitas rasa menu hidangan.	Sari & Siregar, (2019)
			FQ 2	2. Menu hidangan memiliki cita rasa yang khas serta porsi yang cukup.	
			FQ 3	3. Memiliki variasi menu hidangan masakan dan minuman yang ditawarkan	Mutiara et al., (2020)

