

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

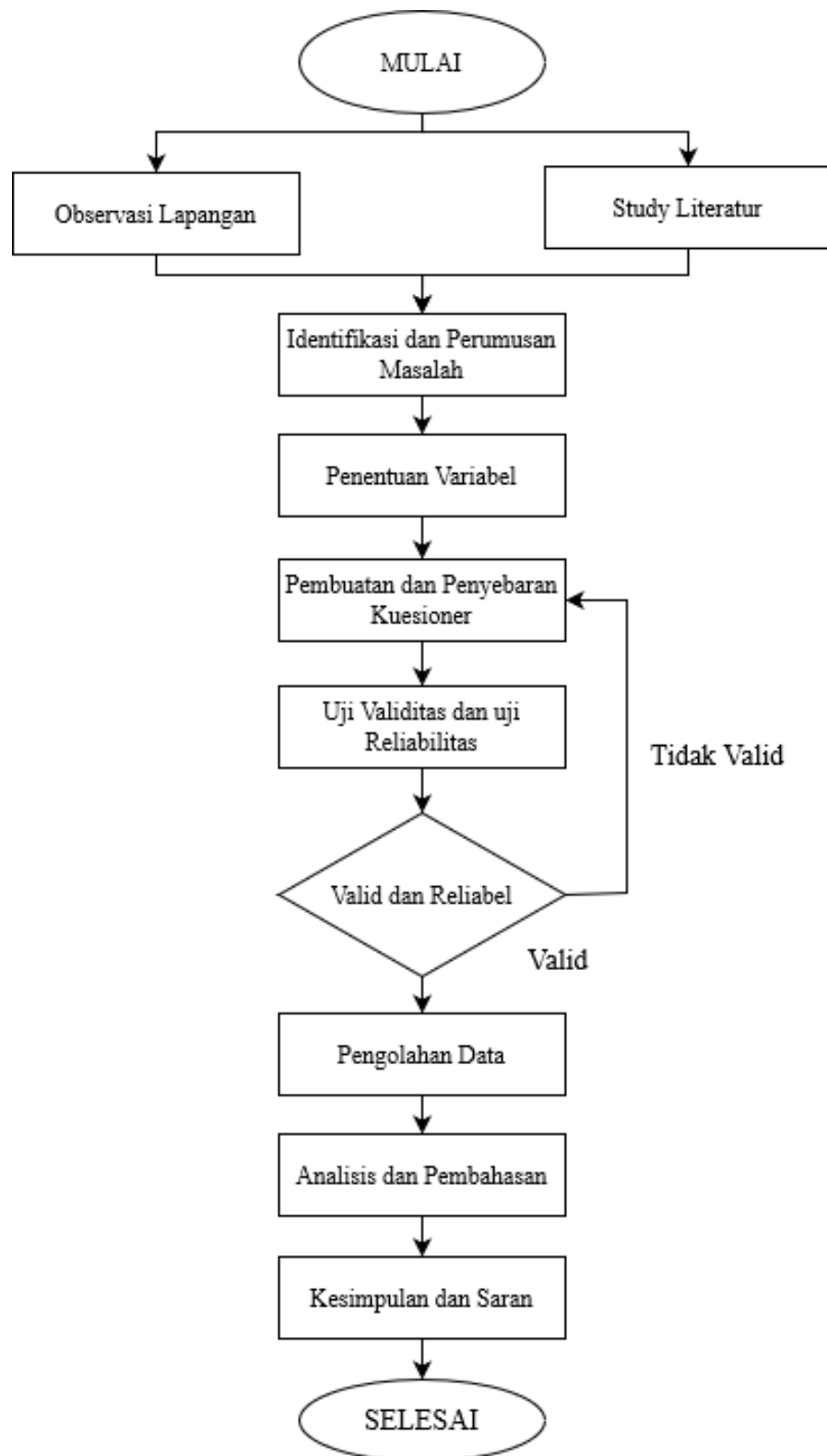
3.1 Objek dan Subjek Penelitian

Objek utama pada penelitian ini adalah menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap kedai Kopi Picnic. Sedangkan subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah kedai Kopi Picnic yang ber alamat di Jl. Andil No.19 Taraju, Kecamatan Taraju, Kabupaten Tasikmalaya, Jawa Barat 46474.

3.2 Diagram Alur Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis permasalahan yang ada. Beberapa tahapan yang dilakukan dimulai dari melakukan observasi secara langsung pada kedai Kopi Picnic. Setelah melakukan observasi dilanjutkan dengan melakukan studi literatur terhadap beberapa permasalahan atau topik pembahasan yang serupa. Tahap selanjutnya yaitu melakukan identifikasi masalah lalu merumuskannya. Setelah itu dilanjutkan dengan penentuan variabel dengan menggunakan variabel *service quality*. Selanjutnya membuat kuesioner penelitian dan melakukan penyebaran secara langsung dan melalui media *online* seperti *instagram* dan *whatsaap*.

Setelah hasil kuesioner didapat selanjutnya akan dilakukan uji kualitas data menggunakan statistika sederhana seperti uji validitas dan reliabilitas. Jika data valid dan reliabel maka dapat dilakukan proses selanjutnya. Apabila data tidak valid maka akan dilakukan pengulangan penyebaran kuesioner kembali. Selanjutnya mengolah hasil data dari setiap permasalahan yang dialami oleh konsumen dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Setelah itu menganalisis hasil olahan data terhadap permasalahan yang dialami konsumen dan memberikan usulan perbaikan, dan terakhir membuat kesimpulan dan saran dari semua permasalahan yang dialami kedai Kopi Picnic. Diagram alur dari penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 3.1.

Gambar 3.1 *Flowchart* Penelitian

3.3 Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Alat dan Bahan

Pada penelitian ini menggunakan alat dan bahan yang dapat memudahkan penelitian berupa :

- a. *Google Form*
- b. Alat Tulis
- c. Laptop
- d. *Microsoft Word*
- e. *Microsoft Excel*
- f. *Software SPSS 26*
- g. *Diagram Software*

Penentuan daerah penelitian menggunakan metode *Purposive Sampling*. Metode *Purposive Sampling* adalah penentuan lokasi dilakukan secara sengaja dengan mempertimbangkan tujuan dari penelitian (Fariana, 2014). Penelitian ini dilakukan di kedai Kopi Picnic yang merupakan salah satu kedai kopi *outdoor* yang populer dikalangan penikmat kopi khususnya di Kabupaten Tasikmalaya dengan pertimbangan karena daerah tersebut merupakan daerah yang dekat dengan pusat keramaian dan aktivitas konsumen.

3.3.2 Metode Pengumpulan Data

Sumber yang digunakan pada penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Data primer merupakan jenis data yang diperoleh dan dikumpulkan secara langsung melalui observasi maupun wawancara di lapangan. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang diberikan kepada konsumen kedai Kopi Picnic dengan menggunakan teknik *non probability sampling purposive sampling*. *Purposive Sampling* adalah penentuan lokasi dilakukan secara sengaja dengan mempertimbangkan tujuan dari penelitian (Fariana, 2014). Kemudian agar dapat memperoleh data kuantitatif dapat dilakukan pengolahan data secara statistik sederhana akan digunakan skala pengukuran atau skala *likert* dalam rentang 1-5 bisa dilihat pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1 Skala *Likert* Tanggapan Responden

Skala	Parameter
1	Sangat Tidak Puas
2	Tidak Puas
3	Cukup Puas
4	Puas
5	Sangat Puas

(Zulfiyah, 2019)

3.4 Metode Analisis Data

1. Penentuan Jumlah Sampel

Menganalisis data yang telah di dapatkan diawali dengan Penentuan jumlah sampel dengan metode slovin. Jumlah populasi konsumen per minggu di kedai Kopi Picnic sebanyak 130 konsumen dengan *margin of error* yang dikehendaki sebesar 5% atau 0.05 (Yulianto, 2014). Jumlah sampel didapatkan dari perhitungan menggunakan rumus slovin (Purwanto, 2019) pada persamaan (9).

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \dots\dots\dots (9)$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang dicari

N = Jumlah populasi

e = batas toleransi kesalahan (*error*).

2. Uji Validitas

Sebelum menganalisis data yang telah didapatkan. langkah awal yang akan dilakukan adalah melakukan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas ini berguna untuk mengetahui kevalidan atau kesesuaian kuesioner yang digunakan oleh peneliti dalam mengukur dan memperoleh data penelitian dari para responden (Syarif, 2021). Dalam uji validitas dasar yang digunakan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Jika nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka pengukuran variabel tersebut dikatakan valid.

3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk melihat apakah kuesioner tetap konstan jika pengukuran dilakukan dengan kuesioner tersebut dilakukan secara berulang. Dalam uji reliabilitas menggunakan koefisien *Cronbach Alpha* sebesar 0.6. Instrumen penelitian akan dikatakan reliabel apabila memiliki koefisien *Cronbach alpha* > 0.6 (Yusup, 2018). Pengujian validitas dan reliabilitas ini akan dilakukan menggunakan SPSS 26.

4. Pengolahan Metode IPA dan CSI

Langkah selanjutnya yaitu menganalisis data menggunakan *Customer Satisfaction index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Pada dasarnya metode metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA) langsung melakukan penyebaran kuesioner dengan maksudkan untuk memperoleh informasi atau data yang akurat dengan diharapkan penelitian ini mampu untuk menganalisis dan memperoleh kesimpulan yang diharapkan. Metode ini digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen kedai Kopi Picnic secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut yang di ambil dari variabel *service quality*.

Lima dimensi penilaian kepuasan antara lain :

1. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Bukti fisik (*Tangibles*) adalah daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan. Bukti fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

2. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan (*Reliability*) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati. Dimensi ini berkaitan dengan kemampuan perusahaan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya Tanggap (*Responsiveness*) adalah kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan

mereka. serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat. Dimensi ini meliputi keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

4. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan (*Assurance*) adalah daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan. Bukti fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

5. Empati (*Empathy*)

Empati (*Empathy*) adalah kemampuan perusahaan untuk memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman. Dimensi ini meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan dengan pelanggan, komunikasi dengan baik, perhatian pribadi, dan memahami atas kebutuhan setiap para pelanggan (Suwanto, 2022).

3.5 Jadwal Penelitian

Berikut adalah rencana jadwal penelitian yang penulis susun untuk menyelesaikan penelitian ini bisa dilihat pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2 Jadwal Penelitian

Kegiatan	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
Observasi Lapangan								
Studi Literatur								
Pengumpulan Data								
Pengolahan Data								
Analisis Hasil								
Penulisan <i>Paper</i>								
Submit <i>Paper</i>								
Pembuatan Laporan								
Publikasi								