

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang bersifat *observasional* dengan desain *cross sectional study*. Menurut (Nursalam, 2017) penelitian *cross sectional* adalah penelitian dimana peneliti mengukur data variabel independen dan dependen hanya sekali pada satu waktu.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Restoran Katsugi Bento yang berada di Jl. Sigura-Gura Gg.III No. 10A, Sumbersari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama bulan Mei 2024

C. Metode Sampling

1. Populasi

Konsumen yang membeli makan dan di konsumsi di Restaurant Katsugi Bento dengan rata-rata populasi 80-100 konsumen perhari.

2. Sample

Sampel yang diamati adalah pelanggan Restaurant Katsugi Bento pada saat penelitian dengan kriteria sebagai berikut :

1) Kriteria Inklusi

- a. Konsumen bersedia untuk menjadi responden
- b. Konsumen berusia >17 tahun
- c. Konsumen membeli makanan dan minuman di Restaurant Katsugi Bento secara *Dine-in*.

2) Kriteria Eksklusi

- a. Konsumen yang tidak mengisi kuesioner dengan lengkap
- b. Konsumen yang mengalami keterbatasan fisik (cedera tangan).

4. Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan metode *accidental sampling* (sampling kebetulan). *Accidental sampling* yaitu dilakukan dengan cara mengambil responden yang kebetulan ada atau tersedia (Kasjono, 2009).

5. Besar Sampel

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus penentuan sampel dari Sugiyono (2017), menyatakan rumus slovin adalah suatu rumus yang digunakan untuk mencari besaran sampel yang dinilai mampu mewakili keseluruhan populasi sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

Keterangan :

n = Besar sampel

N = Besar populasi

e² = Tingkat kepercayaan (0,05)

Besar populasi di restoran Katsugi Bento sekitar 80 – 100 orang/hari. Dengan rumus diatas, didapat perhitungan besar sampel yaitu ;

$$n = \frac{100}{1 + 100 (0,05 \times 0,05)}$$

$$n = \frac{100}{1 + 0,25}$$

$$n = \frac{100}{1,25}$$

$$n = 80$$

Jadi, subjek penelitian adalah 80 konsumen. penelitian dilakukan selama 7 hari yang tidak beruntun.

D. Variabel Penelitian

1. Variabel Bebas

Kualitas pelayanan dan kualitas menu di Restoran Katsugi Bento.

2. Variabel Terikat

Tingkat kepuasan konsumen di Restoran Katsugi Bento.

E. Definisi Operasional Variabel

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Alat Ukur	Hasil Ukur	Skala Ukur
1	Kualitas pelayanan	Penilaian konsumen tentang kinerja dan kepentingan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan pihak	Kuesioner	Kinerja 1) 1 = Tidak Baik 2) 2 = Kurang Baik 3) 3 = Cukup Baik 4) 4 = Baik 5) 5 = Sangat Baik	Ordinal

		Restoran Katsugi Bento.		Kepentingan 1) 1 = Tidak Penting 2) 2 = Kurang Penting 3) 3 = Cukup Penting 4) 4 = Penting 5) 5 = Sangat Penting (Wijaya, 2018)	
2	Kualitas Menu	Penilaian konsumen tentang kinerja dan kepentingan konsumen terhadap kualitas menu yang diberikan pihak Restoran Katsugi Bento.	Kuesioner	Kinerja 1) 1 = Tidak Baik 2) 2 = Kurang Baik 3) 3 = Cukup Baik 4) 4 = Baik 5) 5 = Sangat Baik Kepentingan 1) 1 = Tidak Penting 2) 2 = Kurang Penting 3) 3 = Cukup Penting 4) 4 = Penting 5) 5 = Sangat Penting (Wijaya, 2018)	Ordinal
3	Tingkat Kepuasan konsumen	Tolak ukur nilai yang diperoleh dari penilaian konsumen terhadap apa yang diharapkan dan apa yang diterima dari pelayanan dan menu di Katsugi Bento. dinilai dengan membandingkan nilai kepentingan dan nilai kinerja dengan menggunakan 2 metode, yaitu <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) dan <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI).	Kuesioner kepentingan dan kinerja yang dilakukan dengan cara membandingkan hasil penilaian yang diperoleh dari konsumen.	Kategori <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) : 1) Kuadran I = prioritas utama 2) Kuadran II = pertahankan 3) Kuadran III = prioritas rendah 4) Kuadran IV = berlebihan (Irawan, 2003) Kategori <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) : 1 0 – 34 = Tidak puas 2 35 – 50 = Kurang puas 3 51 – 65 = Cukup puas 4 66 – 80 = Puas 5 81 – 100 = Sangat puas (Aziz, 2013)	Ordinal

F. Instrumen Penelitian

1. Form identitas responden.
2. Form kuesioner kinerja dan kepentingan konsumen.
3. Alat tulis
4. Laptop

G. Pengumpulan Data

1. Data mengenai tingkat kepentingan dan kinerja restoran diperoleh dengan cara membagikan kuesioner yang diberikan pada konsumen.
2. Data mengenai kepuasan konsumen diperoleh dengan cara membandingkan nilai kepentingan dan nilai kinerja yang telah tertera pada kuesioner kepentingan dan kinerja.

H. Teknik Pengolahan, Analisis, dan Penyajian Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti (Sugiyono, 2017). Untuk melakukan uji validitas menggunakan bantuan program SPSS. Teknik pengujian yang sering digunakan oleh para peneliti untuk uji validitas adalah menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* (Produk Momen Pearson). Uji validitas dapat dilaksanakan dengan cara membandingkan nilai *r* hitung (*corrected item total correlation*) dengan *r* tabelnya. Apabila nilai *r* hitung > *r* tabel dan nilai *r* positif, maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid (Ghozali, 2005). Rumus yang digunakan untuk menghitung nilai *corrected item total correlation* adalah korelasi product moment yang dituliskan dengan rumus:

$$r = \frac{N(\Sigma XY) - (\Sigma X \cdot \Sigma Y)}{\sqrt{[N \cdot \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2][N \cdot \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2]}}$$

Keterangan:

<i>r</i>	= Koefisien korelasi
<i>N</i>	= Jumlah subjek (responden)
ΣX	= Jumlah X (skor butir)
ΣX^2	= Jumlah skor butir kuadrat
ΣY	= Jumlah Y (skor faktor)
ΣY^2	= Jumlah skor faktor kuadrat
ΣXY	= Jumlah perkalian x & y

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkap informasi yang sebenarnya dilapangan (Sitinjak

& Sugiarto, 2006). Kuesioner dapat dikatakan reliabel atau dapat dipercaya jika jawaban seseorang terhadap suatu pernyataan konsisten dari waktu ke waktu. Reliabilitas tes mengacu pada tingkat stabilitas, konsistensi, kekuatan prediksi dan akurasi. Apabila pengukuran menghasilkan data yang reliabel maka memiliki reliabilitas yang tinggi. Menurut (Arikunto, 2006) Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien Cronbach Alpha dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

r = Reliabilitas instrumen

K = Banyaknya butir pertanyaan atau soal

$\sum \sigma^2$ = Jumlah varians butir soal

σ^2 = Varians total

Menurut (Ghozali, 2005) Instrumen dapat dikatakan handal (*reliabel*) bila mempunyai koefisien *Cronbach alpha* > 0,6. Pengujian reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS 17 for Windows.

2. Metode *Importance Perfomance Analysis* (IPA)

Teknik ini mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan penawaran pasar dengan menggunakan dua kriteria yaitu kepentingan relatif atribut dan kepuasan konsumen (Issn et al., 2017). Pada teknik IPA ini, data hasil kinerja dengan kepentingan pada kuesioner yang telah diberikan diolah menggunakan MS. Excel lalu mengisi diagram kartesius yang diisi dengan sumbu mendatar (X) diisi skor rata-rata tingkat pelayanan dan produk yang dirasakan oleh konsumen (kinerja aktual), sedangkan sumbu tegak (Y) diisi skor rata – rata tingkat harapan/kepentingan atribut. Masing – masing dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$x = \frac{\sum xi}{n}$$

$$y = \frac{\sum yi}{n}$$

Keterangan :

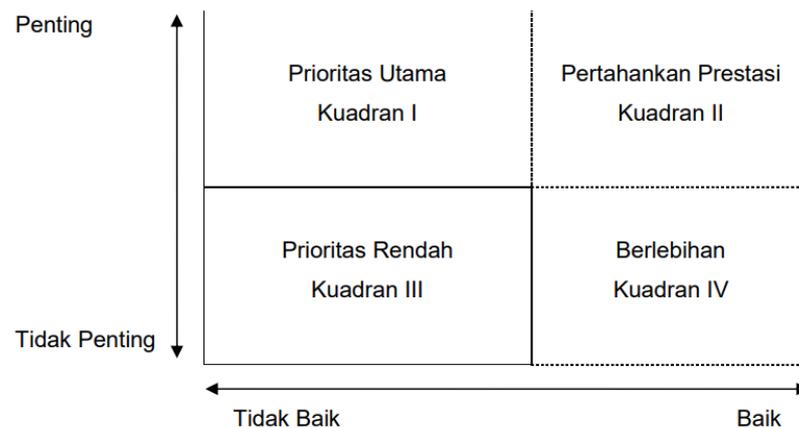
x = Skor rata – rata kinerja restoran

y = Skor rata – rata kepentingan konsumen

xi = Total skor kinerja dari seluruh responden

y_i = Total skor kepentingan dari seluruh responden

n = Jumlah konsumen



Gambar 4. Diagram Kartesius (Sumber : Nababan et al., 2023)

Menurut Supranto (2006) tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan menjadi empat kuadran ke dalam diagram kartesius :

a. Kuadran I

Kuadran I merupakan prioritas utama, yang artinya menunjukkan faktor atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting. Atribut-atribut yang berada di kuadran ini merupakan memiliki tingkat kepentingan yang tinggi atau diatas rata-rata, tetapi memiliki tingkat kinerja yang rendah yang artinya kepuasan yang diperoleh konsumen sangat rendah sehingga perlu adanya perbaikan terhadap atribut-atribut tersebut.

b. Kuadran II

Kuadran II merupakan pertahankan prestasi, menunjukkan bahwa beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi konsumen, pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Atribut-atribut yang terletak pada kuadran ini perlu dipertahankan atau di tingkatkan kinerjanya, karena tingkat kinerja yang telah dilaksanakan pada umumnya telah sesuai dengan tingkat kepentingan atau harapan konsumen.

c. Kuadran III

Kuadran III merupakan prioritas rendah, yang artinya menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi konsumen, pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Atribut-atribut yang berada pada kuadran ini menunjukkan bahwa mutu pelayanan dan produk

yang memiliki tingkat kepentingan dan kinerja yang rendah. Oleh karena itu, peningkatan atribut pada kuadran ini perlu dipertimbangkan kembali karena sedikit berpengaruh terhadap konsumen.

d. Kuadran IV

Kuadran IV merupakan berlebihan, menunjukkan faktor yang menurut konsumen kurang penting akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Atribut-atribut yang berada pada kuadran ini menunjukkan kualitas pelayanan dan produk pada tingkat kepentingan rendah tetapi pelaksanaannya tinggi, posisi ini dianggap pengaruhnya kurang penting bagi konsumen.

Pada metode IPA dibutuhkan dua data yang nantinya akan sangat mempengaruhi hasil penelitian, adapun dua data tersebut adalah sebagai berikut:

A. Data Tingkat Kepentingan

Data tentang tingkat kepentingan diolah dengan cara memberikan skor berdasarkan skala likert pada setiap pertanyaan, yaitu :

- a. Sangat penting = bobot 5
- b. Penting = bobot 4
- c. Cukup penting = bobot 3
- d. Kurang penting = bobot 2
- e. Tidak penting = bobot 1

(Wijaya, 2018)

Kemudian dijumlah pada masing–masing atribut mutu yang diperoleh dari penilaian seluruh konsumen, kemudian dihitung rata-ratanya (Supranto, 2006). Data tersebut akan disajikan dalam bentuk tabel dan dianalisis secara deskriptif.

B. Data Tingkat Kinerja

Data tentang penilaian kinerja penyelenggara makanan diolah dengan cara memberikan skor pada setiap pertanyaan, yaitu:

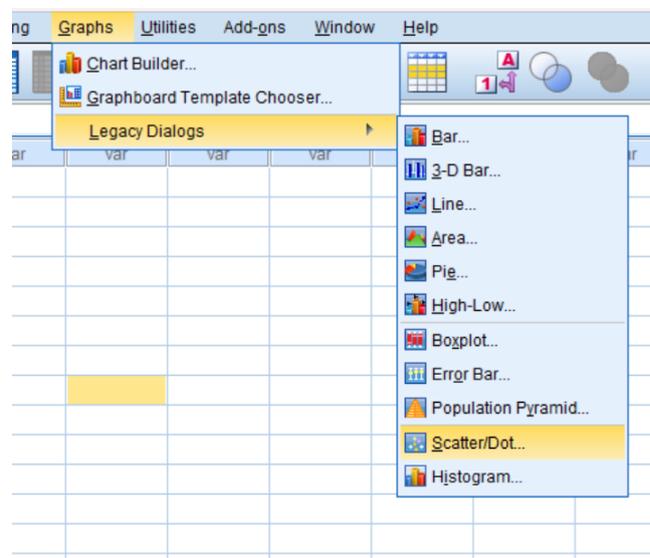
- a. Sangat baik = bobot 5
- b. Baik = bobot 4
- c. Cukup baik = bobot 3
- d. Kurang baik = bobot 2
- e. Tidak baik = bobot 1

(Wijaya, 2018)

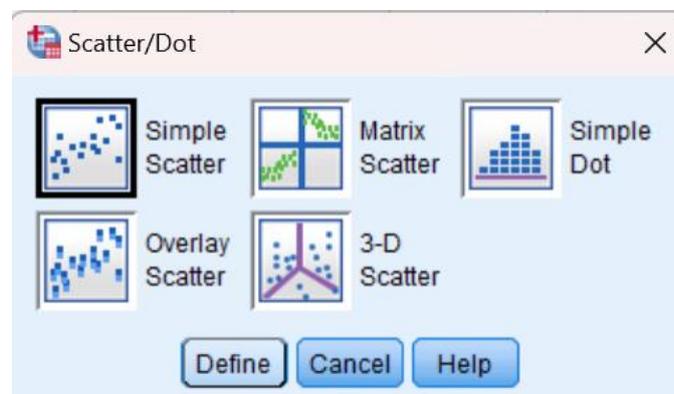
Kemudian dijumlah pada masing-masing atribut mutu yang diperoleh dari penilaian seluruh konsumen, kemudian dihitung rata-ratanya (Supranto, 2006). Data tersebut akan disajikan dalam bentuk tabel dan dianalisis secara deskriptif.

Diagram kartesius dapat digunakan untuk menganalisis kualitas layanan suatu perusahaan. Diagram kartesius terbagi dalam 4 kuadran. Untuk membuat diagram kartesius dapat menggunakan program SPSS dengan cara atau langkah sebagai berikut:

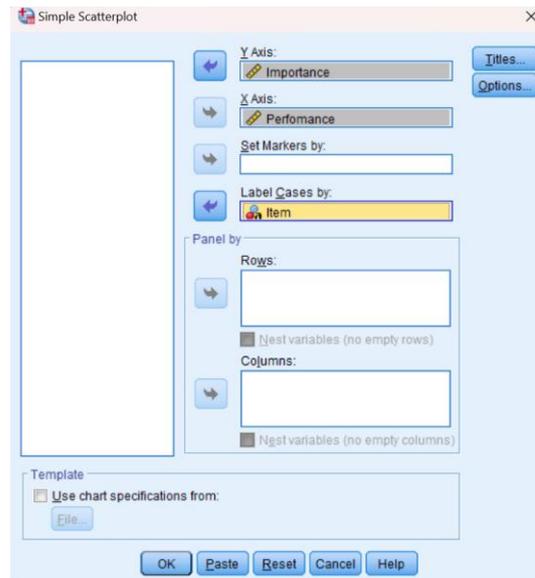
- a) Masuk ke jendela SPSS, dan masukkan data yang telah di dapat dari kuesioner responden.
- b) Kemudian pilih “Graphs” lalu pilih “Legacy Dialogs” dan pilih “Scatter/Dot”.



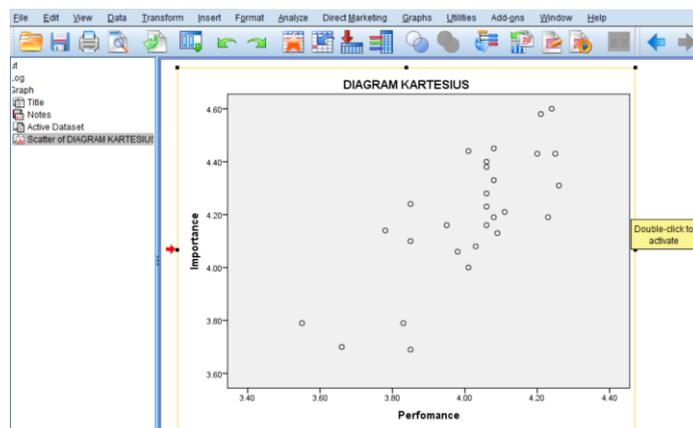
- c) Akan muncul tampilan pilihan Scatter/Dot, lalu pilih “Simple Scatter” dan klik “Define”.



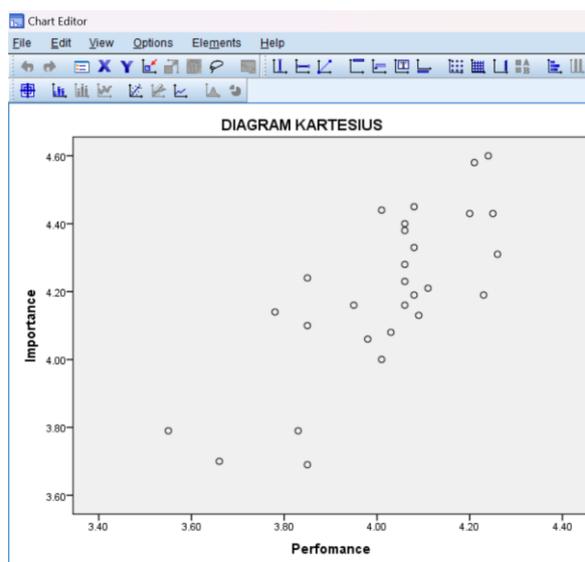
- d) Selanjutnya muncul kotak dialog berikut: dimana *Importance* sebagai Y_Axis dan *Performance* sebagai X_Axis lalu klik “Ok”



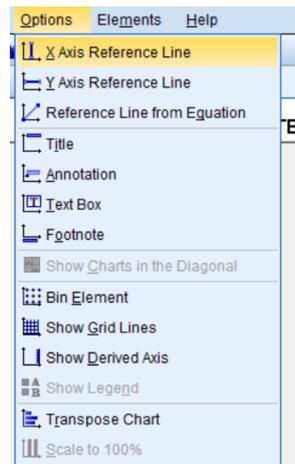
e) Dan akan muncul grafik seperti dibawah ini:



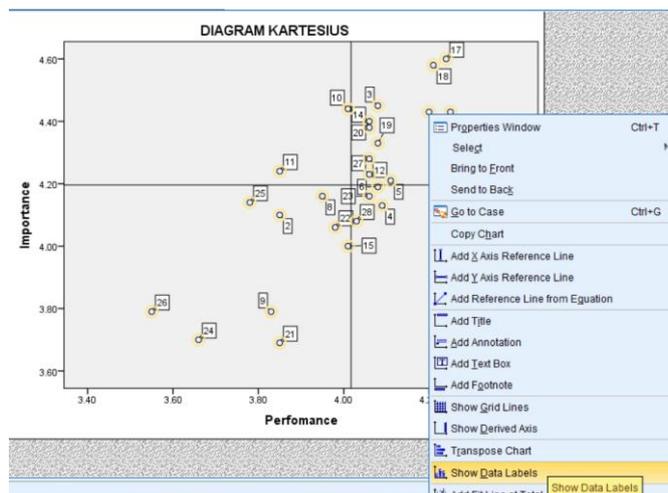
f) Kemudian pada gambar grafik klik dua kali hingga muncul "Chart editor" seperti gambar dibawah:



g) Selanjutnya klik "Option" pilih "X Axis Reference Line" dan Y Axis Reference Line" untuk menentukan garis mean pada grafik tersebut.



- h) Untuk memberikan setiap titik label sehingga memudahkan ketika menganalisis, selanjutnya klik kanan pada titik atribut dan pilih “Show Data Label” dan akan muncul tampilan seperti gambar berikut:



3. Customer Satisfaction Index (CSI)

Metode ini digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung secara menyeluruh dan berguna untuk tujuan internal perusahaan (Irawan, 2003). Tahapan menghitung CSI yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- a) Menghitung importance weighting factors (WF), yaitu mengubah nilai rata-rata tingkat kepentingan menjadi angka persen dari total nilai rata-rata tingkat kepentingan untuk seluruh atribut yang diuji, sehingga diperoleh total importance weighting faktor dengan rumus sebagai berikut:

$$WF = \frac{\text{rata-rata skor harapan setiap variabel}}{\text{total skor harapan semua variabel}} \times 100\%$$

- b) Menghitung weighted score (WS), yakni dengan cara mengalikan nilai rata-rata tingkat kinerja masing-masing atribut dengan importance weight faktor masing-masing atribut dengan rumus sebagai berikut:

$$WS = \text{rata - rata skor kinerja setiap variabel} \times WF (\%)$$

- c) Menghitung weighted total, yakni dengan cara menjumlahkan weighted score dari semua atribut kualitas jasa.
- d) Menghitung Customer Satisfaction Indeks (CSI), yaitu dengan cara weight total dibagi skala maksimal dengan rumus sebagai berikut:

$$CSI = \frac{\text{Weight total}}{\text{Skala maksimal}}$$

- e) Tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan konsumen yang dikategorikan sebagai berikut:

0 – 34	= Tidak puas
35 – 50	= Kurang puas
51 – 65	= Cukup puas
66 – 80	= Puas
81 – 100	= Sangat puas

(Aziz, 2013)

Data terkait kepuasan konsumen menggunakan Customer Satisfaction Index (CSI) akan disajikan dalam bentuk table dan dianalisis secara deskriptif.