

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Cafe Maitreya Kopi yang terletak di jalan Jetak Ngasri, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang, Jawa Timur.

B. Jenis Penelitian

Menurut Irina (2017) penelitian terapan (*applied research*) adalah penelitian yang mempunyai alasan praktis, keinginan untuk mengetahui, bertujuan agar dapat melakukan sesuatu yang jauh lebih baik, lebih efektif dan efisien. Penelitian terapan berfungsi untuk mencari solusi tentang masalah-masalah tertentu. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian terapan dengan tipe penelitian evaluasi artinya untuk melakukan penelitian terhadap setiap tahapan yang dilakukan dalam penelitian seperti perencanaan, pelaksanaan, dan hasil penelitian. Jenis penelitian ini cocok dengan permasalahan yang dihadapi di Cafe Maitreya kopi. Maka dari itu, Jenis Penelitian yang akan dilakukan pada Maitreya Kopi yaitu penelitian terapan (*applied research*).

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan 5 Dimensi

Kualitas layanan yang sering juga disebut *servqual* menurut Parasuraman et al, (1988) yaitu:

1. *Tangible* (Bukti Fisik)

Kemampuan perusahaan untuk menunjukkan eksistensinya dengan menekankan pada fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan karyawan.

Indikatornya :

- a. Pegawai Berpenampilan Rapi
- b. Ketersediaan toilet yang bersih dan layak
- c. Ketersediaan fasilitas penunjang seperti (wifi, Live Musik dan Stop kontak)
- d. Ketersediaan lahan parkir yang layak dan luas
- e. peralatan yang digunakan modern dan bersih

2. *Reliability* (Kehandalan)

Kemampuan untuk melakukan layanan yang dijanjikan dengan andal dan akurat.

Indikatornya :

- a. pegawai melakukan pelayanan sesuai prosedur
- b. pegawai mampu memberikan solusi dalam pelayanan kepada pelanggan
- c. pegawai melakukan pelayanan dengan benar sejak pertama kali
- d. pegawai memberikan pelayanan pada waktu yang dijanjikan
- e. pegawai maitreya kopi memebrikan informasi kepada pelanggan dengan jelas

3. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Ketersedian untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat.

Indikatornya :

- a. pegawai mampu melakukan pelayanan dengan cepat kepada pelanggan
- b. pegawai bersedia dalam membantu menangani keluhan pelanggan

c. pegawai sigap dalam menanggapi permintaan pelanggan

4. *Emphaty* (Empati)

Kepedulian, perhatian individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya.

Indikatornya:

- a. pegawai mampu memberikan perhatian individual
- b. pegawai dapat menangani pelanggan dengan cara yang penuh perhatian
- c. pegawai mengutamakan kepentingan pelanggan
- d. pegawai ampu memahami kebutuhan pelanggan

5. *Assurance* (Jaminan)

Pengertian dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.

Indikatornya :

- a. jaminan keamanan kendaraan di tempat parkir
- b. kemampuan dalam memberikan jaminan penggantian menu apabila terdapat kesalahan oleh pegawai
- c. pegawai bersikap sopan terhadap pelanggan
- d. pegawai mampu membuat pelanggan merasa aman dalam berinteraksi

D. Populasi dan Sampel

Identifikasi populasi merupakan langkah awal dalam penelitian yang bertujuan untuk mengetahui siapa saja yang menjadi responden. Setelah mengetahui siapa saja yang menjadi responden, maka perlu ditentukan jumlah responden yang akan mewakili populasi sebagai sampel.

1. Populasi

Populasi adalah wilayah yang terdiri dari objek ataupun subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan

oleh peneliti untuk selanjutnya dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang datang ke Maitreya Kopi dan konsumen yang datang ke Cak Pong.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari Jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh sebuah populasi (Sugiyono, 2013). Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin untuk mempelajari semua yang ada di dalam populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel. Pertimbangan jumlah sampel dianggap sudah memenuhi syarat berdasarkan Roscoe dalam buku *Research Methods For Business* (1982) yang dikutip oleh Sugiyono (2013) sampel layak dalam penelitian adalah 30 sampai dengan 500 jumlah sampel. Sampel pada penelitian ini adalah para konsumen di Maitreya Kopi.

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan metode *sampling accidental*. *Sampling accidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/*accidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2013).

Penentuan Jumlah minimum sampel untuk penelitian menggunakan

Rumus *Bernaolli* :

$$n \geq \frac{(z_{\alpha/2})^2 p \cdot q}{e^2}$$

Dimana :

- n = Jumlah Sampel minimum
- α = Tarif signifikan (5%)
- $Z(\alpha/2)$ = Nilai Distribusi Normal (1,96)
- e = Tingkat Kesalahan (5%)
- p = Proporsi Jumlah Kuesioner yang dianggap benar
- q = Proporsi Jumlah Kuisisioner yang dianggap salah

Pada persamaan yang digunakan dapat diasumsikan untuk p = 90% maka porsi yang tidak dapat diolah adalah q = 10% karena pengisian kuisisioner didampingi agar data lebih akurat, nilai distribusi normal adalah $Z(\alpha/2) = 1,96$ dan tingkat kesalahan adalah 10%. Berikut perhitungannya :

Diketahui :

- α = 5%
- $Z(\alpha/2) = 1,96$
- e = 10%
- p = 0,95
- q = 0,05

$$n \geq \frac{(1,96)^2 (0,90) \cdot (0,10)}{0,05^2}$$

$$n \geq \frac{3,84 \cdot (0,95) \cdot (0,05)}{0,0025}$$

$$n \geq 72,99 \text{ dibulatkan menjadi } n \geq 75 \text{ Responden}$$

Dari hasil perhitungan rumus *Bernaolli* Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 75 orang yang terdiri dari 75 orang konsumen Maitreya Kopi dan 75 orang konsumen Cak Pong.

E. Jenis dan Sumber Data

Salah satu pertimbangan dalam memilih masalah penelitian adalah ketersediaan sumber data. Penelitian kuantitatif lebih bersifat *explanation* (menerangkan, menjelaskan), karena itu bersifat *to learn about the people* (masyarakat objek), sedangkan penelitian kualitatif lebih bersifat *understanding* (memahami) terhadap fenomena atau gejala sosial, karena bersifat *to learn about the people* (masyarakat sebagai subjek). Yang dimaksud sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh.

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung (Sugiyono, 2013). Data primer berasal dari kuesioner atau wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Data primer yang akan dibutuhkan berupa data hasil kuisisioner dari pelanggan Maitreya Kopi dan Cak Pong. Data hasil wawancara terhadap manajer Maitreya Kopi yaitu data struktur organisasi, strategi tata letak, persediaan, pengelolaan jasa, proses dan kapasitas, tahapan pembuatan kopi susu, strategi lokasi, rantai pasokan penjadwalan, pemeliharaan, penentuan nilai *sales point*, dan penentuan respon teknis.

2. Data Sekunder

Sugiyono (2013) mendefinisikan data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data misalnya lewat orang lain, atau dokumen. Data sekunder dapat

diperoleh dari internet, jurnal, buku, dan referensi yang berkaitan dengan variabel penelitian. Data sekunder yang digunakan pada penelitian ini adalah jurnal *Quality Function Deployment*, Jurnal *Servqual*, buku manajemen operasional, dan Internet.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Sugiyono (2013) berpendapat bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk menjawabnya. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data dari para responden, di mana peneliti membuat pertanyaan yang telah diatur sedemikian rupa untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen yang ada di Maitreya Kopi. Kuesioner pada penelitian ini disebarakan kepada para konsumen Maitreya Kopi dan Cakpong untuk mengetahui nilai kepentingan dan kebutuhan konsumen berdasarkan variabel yang telah disusun menggunakan *Servqual* pada Maitreya Kopi dan Cak pong.

2. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil (Sugiyono, 2013). Wawancara merupakan cara memperoleh data yang lebih detail dengan memeberikann pertanyaan

terkait dengan data yang dibutuhkan. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan kepada Manajer Maitreya Kopi untuk mengetahui respon teknis dan nilai *sales point* yang akan di ambil oleh Maitreya Kopi.

G. Teknik Pengukuran Data

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2013). Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain :

Tabel 3. 1 Contoh skala penelitian *Likert*

No	Keterangan		Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Netral	N	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber:(Sugiyono, 2013)

H. Pengujian Instrument Pengumpulan Data

1. Uji Validitas

Uji validitas menyatakan bahwa instrumen yang digunakan untuk mendapatkan data dalam penelitian dapat digunakan atau tidak. Menurut Sugiyono (2013) menyatakan bahwa valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk mencari nilai-nilai validitas disetiap item mengkorelasikan skor item dengan total item tersebut. Pengukuran dengan menggunakan rumus korelasi *Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson. Analisis perhitungannya dalam penelitian ini menggunakan program SPSS. Jika ada item yang tidak memenuhi persyaratan, maka item tersebut tidak akan diteliti lagi. Menurut Sugiyono (2013) yang harus dipenuhi yaitu harus memiliki kriteria sebagai berikut:

- a. Jika $r \geq 0,3$ maka item tersebut dinyatakan valid.
- b. Jika $r \leq 0,3$ maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

Uji Validitas instrumen dapat menggunakan rumus korelasi *Product Moment* :

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

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi

n = Jumlah sampel

x = Skor Pertanyaan

y = Skor Total

xy = Jumlah Perkalian skor butir dengan skor total

x^2 = Jumlah Kuadrat skor butir

y^2 = Jumlah Kuadrat skor butir

2. Uji Reliabilitas

Ferdinand (2013) mengatakan bahwa realibilitas merupakan sebuah instrumen pengukuran data dan data yang dihasilkan disebut *reliable* atau terpercaya, apabila instrumen secara konsisten memunculkan hasil yang sama setiap kali dilakukan pengukuran. Diharapkan akan mendapat data dengan tingkat ketetapan, keakuratan dan konsisten dari responden.

Pengujian ini menggunakan rumus *Reliability analysis Cronbach's Alpha* :

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

r = realibilitas keseluruhan item

$\sum \sigma_b^2$ =jumlah varian butir

k =banyaknya butiran pertanyaan

σ_b^2 = varian total

Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Uji reliabel berguna untuk menetapkan apakah sebuah instrumen yang dalam hal ini adalah kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten.

I. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah Metode *Quality Function Deployment* (QFD) (Zagloel dan Nurcahyo, 2013).

1. Tahapan Pengumpulan Suara.

Tahapan pengumpulan dan pengelolaan data dengan konsep QFD adalah bagian dengan menganalisis data dari hasil kuesioner yang telah disebarkan, dengan mengidentifikasi keinginan dan kebutuhan adalah tahap awal dari QFD.

2. Membuat Matriks Konsumen (*Planning Matrix*).

a. Tingkat kepentingan konsumen (*importance to customer*)

Tingkat kepentingan konsumen digunakan untuk mengetahui sejauh mana konsumen memberikan penilaian atau harapan dari kebutuhan konsumen yang ada.

$$\text{Tingkat Kepentingan} = \frac{\sum_s^i si \cdot i}{n}$$

Dimana :

i = Bobot Skala (1,2,.....,5)

Si = Jumlah responden yang memberi bobot

N = Jumlah responden

b. Pengukuran tingkat kepuasan konsumen (*Customer Satisfaction Performance*)

Pengukuran ini dimaksud untuk mengukur bagaimana tingkat kepuasan konsumen setelah pemakaian produk atau jasa yang akan di analisa. Tingkat kepuasan dihitung dengan menggunakan rumus

$$\text{Tingkat Kepuasan konsumen} = \frac{\sum_s^i si \cdot i}{n}$$

Dimana :

i = Bobot Skala (1,2,.....,5)

Si = Jumlah responden yang memberi bobot

N = Jumlah responden

c. Nilai Target (*Goal*)

Goal ini ditentukan oleh pihak Maitreya Kopi yang menunjukkan nilai target yang akan dicapai tiap kebutuhan konsumen.

d. Rasio Perbaikan (*Improvement Rasio*)

Rasio perbaikan ini perbandingan antara lain target (*goal*) yang akan dicapai pihak Maitreya Kopi dengan tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk atau jasa. Dihitung dengan rumus:

$$IR = \frac{\text{Goal}}{\text{Customer Satisfaction Performance}}$$

e. Titik Kepuasan (*Sales Point*)

Sales Point adalah besaran yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Sehingga nilai dari *Sales Point* pada masing-masing atribut menunjukkan pengaruh masing-masing atribut tersebut terhadap kemampuan untuk memuaskan kepentingan.

f. *Raw Weight*

Raw Weight merupakan nilai keseluruhan dari data-data yang dimasukkan dalam *Planning Matrix* tiap kebutuhan konsumen untuk

masuk proses perbaikan selanjutnya dalam pengembangan produk atau jasa. *Raw Weight* dihitung dengan rumus :

Raw Weigh

= (*Importance to Customer*) X (*Improvement Ratio*) X (*Sales Point*)

g. *Normalized RAW Weight*

Normalized Raw Weight merupakan nilai *raw weight* yang dibuat dalam skala antara 0-1 atau dibuat dalam bentuk persentase.

Dihitung dengan menggunakan rumus :

$$\text{Normalized Raw Weight} = \frac{\text{Raw Weight}}{\text{Total Raw Weight}}$$

3. Menyusun Kepentingan Teknik atau respon Teknis.

Pada tahap ketiga ini dilakukan transformasi dari keinginan konsumen yang bersifat nonteknis menjadi data yang bersifat teknis guna memenuhi keinginan dari para konsumen.

4. Menentukan Hubungan antara Kebutuhan Konsumen dengan Respon teknis.

Tujuan dari matriks ini adalah untuk memperlihatkan apakah respon teknis yang dihadirkan perusahaan dapat memenuhi kebutuhan konsumen. penentuan ini dapat dilakukan berdasarkan pengalaman para ahli, respn dari pelanggan atau uji coba.

Jenis hubungan yang digunakan terdiri dari :

● = menunjukkan hubungan kuat, bernilai 9

○ = menunjukkan hubungan medium, bernilai 3

△ = menunjukkan hubungan lemah, bernilai 1

□ = menunjukkan tidak ada hubungan, bernilai 0

5. Menghitung nilai bobot respon teknis

Perhitungan ini bertujuan untuk menentukan respon teknis mana yang sebaiknya diprioritaskan organisasi dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumennya. Nilai bobot ini dibedakan menjadi dua yaitu *absolute importance* dan *relative importance*. *Absolute importance* adalah suatu indikasi yang menunjukkan keinginan pelanggan yang paling utama yang harus segera dipenuhi oleh organisasi dalam hubungannya dengan respon teknis. Perhitungannya dengan menggunakan rumus :

absolute importance

$$= \sum (\text{importance to customer} \times \text{relationship matrix})$$

Sedangkan *relative importance* merupakan nilai bobot dalam persen kumulatif yang dihitung dengan menggunakan rumus :

$$\text{Relative Importance} = \frac{\text{Absolute Importance}}{\sum \text{Absolute Importance}}$$

6. Menentukan *Technical Correlation*

Matriks hubungan antar persyaratan teknik digunakan untuk mengidentifikasi mana saja yang saling mendukung dan saling bertentangan satu sama lain.

- Hubungan kuat positif
- Hubungan positif
- Hubungan negatif
- Hubungan kuat negatif

7. Menentukan prioritas

Penentuan ini menunjukkan prioritas yang akan dikembangkan terlebih dahulu berdasarkan hasil *technical responses*. Dengan cara mengurutkan nilai *absolute importance* dan *relative importance* dari yang tertinggi.



