

## IV. METODE PENELITIAN

### 4.1 Metode Penentuan Lokasi

Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) yaitu dilakukan di wilayah Blora Jawa Tengah. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni sampai Juli 2014 di desa Ngroto Kecamatan Cepu, Blora-Jawa Tengah dimana daerah tersebut merupakan tempat produksi *egg roll*. Sedangkan perusahaan yang akan dijadikan sebagai objek penelitian adalah CV. Bandung Utama yang beralamatkan di jalan Gianti no. 08 Rt 02 RW 01. CV. Bandung Utama merupakan produsen *egg roll* yang sangat mengutamakan kualitas, hal ini terlihat dari bahan baku yang digunakan tidak mengandung bahan pengawet dan pewarna makanan serta adanya label *healthy snack*.

### 4.2 Metode Penentuan Responden

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang sedang membeli atau mengonsumsi produk *egg roll*. Penelitian ini menggunakan pendekatan *non probability sampling*. Karena perusahaan dan peneliti tidak mengetahui secara pasti berapa jumlah pembeli *egg roll* “Donna”, maka teknik penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Accidental sampling*. *Accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel yang dilakukan dengan mengambil responden secara kebetulan yang ada atau tersedia. Metode ini digunakan dengan karakteristik bahwa semua orang yang membeli produk *egg roll* memiliki peluang sama untuk menjadi responden penelitian. Penelitian ini menggunakan 40 responden. Penentuan jumlah responden tersebut berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Singarimbun dan Efendi (1995) yaitu sampel yang tergolong sampel besar yang distribusinya normal adalah sampel yang berjumlah dari 40 responden yang diambil secara pasti yang ditemui saat mengasikkan kuisisioner.

### 4.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini berdasarkan berdasarkan derajat sumbernya menggunakan 2 jenis data yaitu:

#### 4.3.1 Data Primer

Data Primer yaitu data yang diperoleh dari keterangan langsung yang diberikan oleh sumber pertama dari hasil pengamatan langsung dengan pihak yang berkaitan dengan masalah penelitian.

Pengumpulan data primer dalam penelitian ini adalah dengan wawancara langsung kepada pembeli. wawancara merupakan kegiatan tanya jawab menggunakan kuisisioner pada pihak-pihak yang berkompeten, pimpinan perusahaan dan juga pada responden konsumen. Kuisisioner merupakan suatu daftar yang berisikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tentang penilaian kepentingan atribut dan penilaian kinerja atribut. Daftar kuisisioner disajikan dalam lampiran 1 dan 2.

Pengumpulan data melalui penyebaran 40 kuisisioner kepada responden *egg roll* merek Donna dilakukan pada hari kerja (Senin hingga Sabtu) dan hari libur (Minggu, dan hari libur nasional) sepanjang jam kerja toko. Dengan demikian, diharapkan hasil penelitian yang diperoleh merupakan kesimpulan dari keseluruhan reponden.

#### 4.3.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari referensi, laporan, literatur maupun data atau ringkasan yang diperoleh dari pihak-pihak atau instansi yang berkaitan. Data sekunder digunakan untuk melengkapi kebutuhan data yang ada. Dalam penelitian ini data sekunder berupa studi kepustakaan, jurnal, literatur-literatur, majalah-majalah perekonomian, dan informasi dokumentasi yang berkaitan dengan kepuasan konsumen.

### 4.4 Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan empat alat analisis. Setiap uji memiliki fungsi dan tujuan masing-masing. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrumen (kuisisioner) yang digunakan dalam pengumpulan data dan mengetahui kestabilan alat ukur yang menunjukkan konsistensi suatu alat ukur didalam mengukur gejala yang sama. Analisis diskriptif digunakan untuk menjelaskan karakteristik konsumen produk *egg roll*

“Donna”. *Importance Performance Analysis* digunakan untuk memetakan hubungan antara kepentingan dengan kinerja dari masing-masing atribut produk *egg roll*. *Customer Satisfaction Index* digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan.

#### 4.4.1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrumen (kuisisioner) yang digunakan dalam pengumpulan data yang diperoleh dengan cara mengkorelasi setiap skor variable jawaban responden dengan total skor masing-masing variabel, kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikan 0,05 dan 0,01. Tinggi rendahnya validitas instrumen akan menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Taraf signifikansi atau interval kepercayaan yang digunakan adalah 95%.

Teknik yang dipakai untuk menguji validitas kuisisioner adalah teknik korelasi *product moment pearson* dengan rumus seperti yang dikemukakan oleh Arikunto (1998).

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{((n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2))}}$$

Keterangan:

- r : Koefisien korelasi
- n : Banyaknya sampel/responden
- $\sum X$  : Jumlah X dari masing-masing skor item
- $\sum Y$  : Jumlah Y dari masing-masing skor item
- $\sum X^2$  : Jumlah Kuadran X
- $\sum Y^2$  : Jumlah Kuadran Y
- $\sum XY$  : Jumlah Kuadran X dan Y

Pada penelitian ini uji validitas akan dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) 16.0 for windows. Untuk menentukan nomor-nomor item yang valid dan yang gugur, perlu dikonsultasikan dengan table r produk moment. Kriteria penilaian uji validitas adalah :

- 1) Apabila r hitung > r table, maka item kuisisioner tersebut valid.
- 2) Apabila r hitung < r table, maka dapat dikatakan item kuisisioner tidak valid.

#### 4.4.2. Uji Realibilitas

Uji ini diperlukan untuk mengetahui kestabilan alat ukur. Reliabilitas adalah nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat ukur didalam mengukur gejala yang sama. Penelitian ini menggunakan metode reliabilitas internal dengan teknik pengujian koefisien reliabilitas *Cronbach Alpha* yang digunakan untuk menganalisis reliabilitas alat ukur dari satu kali pengukuran. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila mempunyai nilai alpha lebih besar dari pada 0,6 (Arikunto, 1998).

Rumus Alpha yang digunakan sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum a^2 b}{a^2 t} \right]$$

Keterangan:

$r_{11}$	: Nilai Reliabilitas Instrument
$k$	: Banyaknya Butir Pertanyaan
$\sum a^2 b$	: Jumlah Variasi Butir
$a^2 t$	: Jumlah Variasi Total

Apabila nilai  $r_{11} > r$  tabel pada tingkat  $\alpha$  tertentu, maka dapat dikatakan bahwa tingkat kepercayaan atau tingkat reliabilitas cukup tinggi untuk digunakan dalam penelitian ini.

Untuk mengetahui kuesioner tersebut sudah reliable akan dilakukan pengujian reliabilitas kuesioner dengan bantuan SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) 16.0 for windows. Kriteria penilaian uji reliabilitas adalah :

- 1) Apabila hasil koefisien Alpha lebih besar dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut reliable.
- 2) Apabila hasil koefisien Alpha lebih kecil dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak reliable.

#### 4.4.3. Importance Performance Analysis (IPA)

Metode *Importance Performance Analysis* digunakan untuk mendapatkan informasi tentang tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu pelayanan dengan cara mengukur tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaannya. *Importance Performance Analysis* bertujuan untuk menampilkan informasi berkaitan dengan

faktor-faktor pelayanan yang menurut pelanggan sangat memengaruhi loyalitas dan kepuasan mereka, dan faktor-faktor pelayanan yang menurut pelanggan perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan pelanggan.

Tingkat pelaksanaan adalah kinerja dari CV. Bandung Utama yang dirasakan oleh konsumennya. Skala yang banyak digunakan untuk pengukuran perilaku ini menggunakan skala ordinal sehingga dapat membuat *ranking* walau tidak diketahui besarnya selisih antara satu tanggapan responden dengan tanggapan responden lainnya. *Skala Likert* digunakan untuk mengukur tingkat kinerjanya adalah sangat puas, puas, cukup puas, kurang puas dan tidak puas. Untuk tingkat kinerja diberikan lima penilaian dengan skor berikut :

- a. Jawaban sangat baik diberi bobot 5, yang berarti konsumen sangat puas.
- b. Jawaban baik diberi bobot 4, yang berarti konsumen puas.
- c. Jawaban cukup baik diberi bobot 3, yang berarti konsumen cukup puas.
- d. Jawaban kurang baik diberi bobot 2, yang berarti konsumen kurang puas.
- e. Jawaban tidak baik diberi bobot 1, yang berarti konsumen tidak puas.

Data yang didapat dari kuesioner selanjutnya dihitung menggunakan analisis *Importance Performance Analysis* dengan tahapan-tahapan sebagai berikut (Supranto, 2006) :

1. Menentukan tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja produk melalui perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yakni variabel X, yang merupakan tingkat kinerja suatu produk dan variabel Y, adalah tingkat kepentingan konsumen.

Adapun rumus yang digunakan adalah

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan :

Tki : Tingkat kesesuaian.

Xi : Bobot penilaian pelanggan terhadap kinerja

Yi : Bobot penilaian pelanggan terhadap tingkat kepentingan atribut

2. Menghitung rata-rata untuk setiap atribut yang dipersepsikan oleh responden dengan rumus :

$$\bar{X}_i = \frac{\sum Xi}{n}$$

$$\bar{Y}_i = \frac{\sum Yi}{n}$$

Keterangan:

$\bar{X}_i$  = Skor rata-rata tingkat kinerja

$\bar{Y}_i$  = Skor rata-rata tingkat kepentingan

n = Jumlah responden

3. Menghitung rata-rata seluruh atribut kepentingan ( $\bar{\bar{Y}}$ ) dan tingkat kinerja ( $\bar{\bar{X}}$ ) yang menjadi batas pada diagram kartesius, dengan rumus :

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum \bar{X}_i}{K} \quad \bar{\bar{Y}} = \frac{\sum \bar{Y}_i}{K}$$

Keterangan :

$\bar{\bar{X}}$  = Rata-rata skor tingkat kinerja seluruh faktor atau atribut

$\bar{\bar{Y}}$  = Rata-rata tingkat kepentingan seluruh atribut yang mempengaruhi kualitas

K = Banyaknya atribut yang dapat mempengaruhi kualitas produk

4. Memetakan ke dalam diagram kartesius. Diagram kartesius merupakan suatu bagun atas empat bagian nyang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik titik ( $\bar{\bar{X}}, \bar{\bar{Y}}$ ). Masing-masing wilayah memiliki ketentuan tertentu untuk setiap atribut agar dapat masuk pada salah satu kategori dari keempat kuadran dalam diagram kartesius.

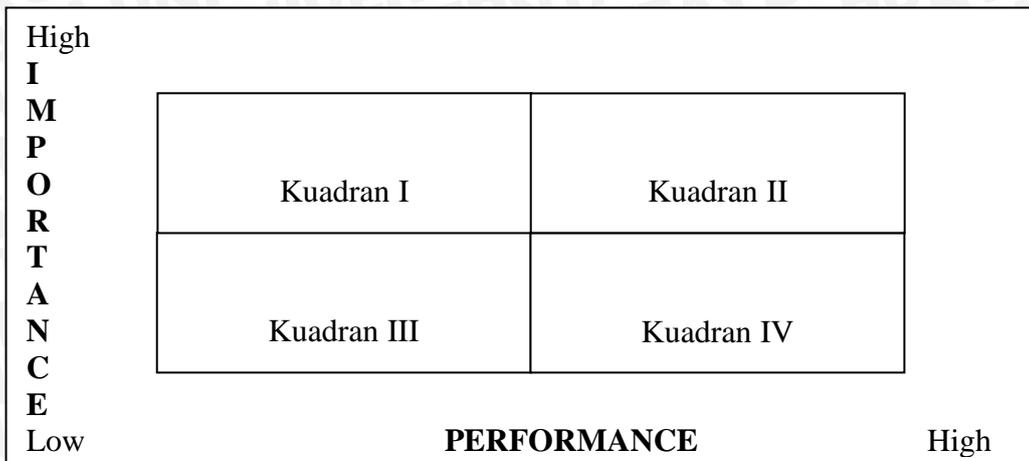
Adapun ketentuannya adalah sebagai berikut :

Kuadran I : Bila atribut tersebut memiliki nilai  $\bar{X}_i$  lebih kecil dari  $\bar{\bar{X}}$  dan nilai  $\bar{Y}_i$  lebih besar dari  $\bar{\bar{Y}}$

Kuadran II : Bila atribut tersebut memiliki nilai  $\bar{X}_i$  lebih besar dari  $\bar{\bar{X}}$  dan nilai  $\bar{Y}_i$  lebih besar dari  $\bar{\bar{Y}}$

Kuadran III : Bila atribut tersebut memiliki nilai  $\bar{X}_i$  lebih kecil dari  $\bar{\bar{X}}$  dan nilai  $\bar{Y}_i$  lebih kecil dari  $\bar{\bar{Y}}$

Kuadran IV : Bila atribut tersebut memiliki nilai  $\bar{X}_i$  lebih besar dari  $\bar{\bar{X}}$  dan nilai  $\bar{Y}_i$  lebih kecil dari  $\bar{\bar{Y}}$



Gambar 6. Diagram *Importance Performance Analysis* (Supranto, 2006).

Keterangan :

a. Kuadran I (Prioritas Utama)

Memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh responden, tetapi pada kenyataannya atribut ini belum sesuai dengan harapan (tingkat kepuasan masih sangat rendah). Atribut yang masuk dalam kuadran ini harus menjadi perhatian lebih atau diperbaiki sehingga kinerjanya meningkat.

b. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh responden dan telah sesuai dengan yang dirasakan oleh responden sehingga tingkat kepuasan relatif tinggi. Atribut-atribut yang termasuk kedalam kuadran ini harus dipertahankan.

c. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting pengaruhnya oleh responden dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan atribut-atribut yang masuk pada kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan responden sangat kecil.

d. Kuadran IV (Berlebih)

Memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh responden dan dirasakan terlalu berlebih sehingga atribut-atribut pada kuadran ini dapat dikurangi.

#### 4.4.4. Customer Satisfaction Index (CSI)

*Customer satisfaction index* atau indeks kepuasan konsumen merupakan metode yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen berdasarkan atribut-atribut tertentu. Atribut yang diukur dapat berbeda untuk masing-masing perusahaan. Berikut adalah langkah-langkah dalam menghitung nilai dari *Customer Satisfaction Index* (CSI).

1. Menghitung nilai *Mean Importance Score* (MIS), nilai ini berasal dari rata-rata kepentingan terhadap masing-masing atribut oleh konsumen.

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \qquad MSS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

Keterangan:

- n = jumlah responden (n=40)
- i = atribut 1,2,3...(jumlah seluruh atribut)
- Y<sub>i</sub> = nilai kepentingan atribut ke-i
- X<sub>i</sub> = Nilai kinerja ke-i

2. Menghitung *Weight Factor* (WF) yaitu mengubah nilai rata-rata kepentingan menjadi angka presentase dari total rata-rata kepentingan seluruh atribut yang di uji, sehingga total WF sebesar 100 persen. Rumus dapat ditulis sebagai berikut

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\%$$

Keterangan

- i = atribut 1,2,3...(jumlah seluruh atribut)
- p = atribut kepentingan ke-1

3. Menghitung *Weight Score* (WS) yaitu nilai perkalian antara nilai rata-rata tingkat kinerja masing-masing atribut dengan WF masing-masing atribut

$$WS_i = WF_i \times MSS$$

Keterangan:

MSS = *Mean Satisfaction Score* (rata-rata tingkat kepuasan)

4. Menghitung *Weight Total* (WT) yaitu menjumlah WS dari semua atribut *egg roll*



$$WT = \sum_{i:1}^p WS$$

5. Menghitung *Customer Satisfaction Index* (CSI) dengan rumus :

$$CSI = \frac{WT}{HS} \times 100\%$$

Keterangan : HS = *Height Scale* (pengukuran yang digunakan)

Tabel 2. Range nilai CSI

No	Nilai CSI	Kriteria CSI
1	$80\% < CSI \leq 100\%$	Sangat Puas
2	$60\% < CSI \leq 80\%$	Puas
3	$40\% < CSI \leq 60\%$	Cukup Puas
4	$20\% < CSI \leq 40\%$	Tidak Puas
5	$0\% < CSI \leq 20\%$	Sangat Tidak Puas

