

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian adalah tahap yang harus ditetapkan terlebih dahulu sebelum melakukan penyelesaian masalah yang sedang dibahas. Pada bab ini akan dijelaskan mengenai tahapan-tahapan yang dilakukan dalam penelitian agar proses penelitian dapat terarah, terstruktur dan sistematis. Bab ini juga membahas mengenai jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, data-data yang dibutuhkan dalam penelitian, metode pengumpulan data serta langkah-langkah penelitian.

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang ciri utamanya adalah memberikan penjelasan objektif, komparasi, dan evaluasi sebagai bahan pengambilan keputusan bagi yang berwenang. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah mencari penjelasan atas suatu fakta atau kejadian yang sedang terjadi, misalnya kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang sedang berkembang, akibat atau efek yang terjadi, atau kecenderungan yang sedang berlangsung. Dalam penelitian ini, fokus penelitian lebih mengarah kepada penjelasan mengenai kondisi yang ada pada kegiatan usaha Dea Cake & Bakery dan kaitannya dengan keadaan pemasaran dan kepuasan pelanggan yang ada.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di CV. Dea Cake & Bakery yang kantor pusatnya berlokasi di Jl. Raya Penarukan no. 49 Kepanjen Kab. Malang. Tempat penyebaran data kuesioner sesuai dengan yang telah dijelaskan pada batasan penelitian, yaitu pada 10 *outlet* Dea Bakery yang tersebar di wilayah Malang. Penelitian dilakukan pada bulan Juni – Desember tahun 2013.

3.3 Data dan Jenis Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer adalah secara langsung diambil dari objek penelitian diantaranya adalah hasil pengamatan, hasil pengukuran, dan hasil wawancara terhadap pihak terkait. Data primer yang digunakan yaitu hasil penyebaran kuesioner terhadap pelanggan dan hasil wawancara dengan pihak manajemen.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapat tidak secara langsung dari objek penelitian. Biasanya data sekunder berupa dokumen, *file*, arsip, atau catatan-catatan perusahaan. Data sekunder yang digunakan pada penelitian ini yaitu data hasil penjualan pada 10 *outlet* Dea Bakery

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara berkomunikasi langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti.

2. Kuesioner

Kuisoner merupakan metode pengumpulan data dengan cara mengguakan angket yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui kondisi produk yang telah ada di pasar. Metode pengambilan sampel kuisioner yang dipakai adalah *probability sampling* berjenis *cluster sampling*. Metode ini yaitu teknik penentuan sampel dimana populasi dibagi kedalam grup atau *cluster* dan dilakukan pengambilan sampel secara acak dari cluster-cluster tersebut. Cluster pada penelitian ini yaitu berdasarkan masing-masing kecamatan dimana terdapat *outlet* penjualan roti Dea.

3. Dokumentasi Perusahaan

Dokumentasi perusahaan merupakan metode pengumpulan data yang berasal dari arsip,dokumen atau catatan yang dimiliki perusahaan. Dokumen ini digunakan sebagai penunjang atau pelengkap dalam penelitian.

3.5 Populasi dan Sampel

Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah seseorang yang pernah menjadi konsumen dari Dea Bakery dan berlokasi di wilayah Malang. Franken dan Wallen (1993) menyarankan besar sampel minimum untuk jenis penelitian deskriptif sebanyak 100 sampel. Berdasarkan pendapat tersebut, maka peneliti memutuskan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 sampel dengan masing-masing 10 sampel pada setiap cluster. Hal tersebut berdasarkan pertimbangan bahwa jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif serta menurut pendapat Franken dan Wallen

yang menyarankan besar sampel minimum untuk jenis penelitian deskriptif yaitu sebanyak 100 sampel. Kriteria seseorang yang dijadikan responden (sampel) yaitu sebagai berikut.

1. Seseorang yang bersedia mengisi kuesioner yang telah disediakan dengan benar.
2. Seseorang baik yang pernah membeli dan atau mengkonsumsi produk roti dari Dea Bakery

3.6 Langkah-langkah Penelitian

Langkah-langkah penelitian merupakan suatu tahapan kegiatan yang dilakukan dalam penelitian yang tersusun urut dan tersistematis. Langkah-langkah tersebut yaitu:

1. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka dilakukan untuk mencari, mempelajari teori dan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan permasalahan yang ada sebagai pendukung tercapainya solusi dari permasalahan. Tinjauan pustaka yang dilakukan yaitu dengan mempelajari literatur-literatur serta informasi dari internet mengenai bauran pemasaran, lingkungan-lingkungan pemasaran, dan *Structural Equation Modeling*.

2. Studi Lapangan dan Studi Literatur

Tahap ini merupakan tahap awal dalam penelitian. Pada tahap ini dilakukan pengamatan kondisi yang terjadi di lapangan untuk mengetahui bagaimana kondisi yang sedang berlangsung saat ini. Pemahaman mengenai permasalahan yang terjadi dilakukan dengan mengacu berdasarkan literatur-literatur teori ilmiah yang berkaitan dengan pengamatan yang dilakukan.

3. Perumusan Masalah

Tahap ini merupakan hasil dari tahap identifikasi masalah. Topik penelitian dan identifikasi masalah yang telah diperoleh digunakan sebagai acuan dalam menentukan rumusan masalah yang menjadi fokus penelitian.

4. Penentuan Tujuan Penelitian

Tahap selanjutnya adalah menentukan tujuan penelitian yang akan dilakukan. Hal ini sangat penting dilakukan untuk mendapatkan acuan dalam menentukan tingkat keberhasilan suatu penelitian.

5. Pengambilan Data Awal

Pengumpulan data awal yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu meliputi data perusahaan yang berkaitan dengan topik penelitian. Dari data-data yang didapatkan, dilakukan penyusunan kuesioner yang telah disesuaikan dengan tujuan-tujuan

penelitian yang ingin dicapai. Kuesioner tersebut akan disebarakan kepada beberapa sampel yang telah ditentukan dan selanjutnya hasil yang didapatkan akan diolah.

6. Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan berdasarkan hasil kuesioner yang telah didapatkan dengan menyebarkan kepada sampel. Pengolahan data yang dilakuka antara lain yaitu analisis *Structural Equation Modeling* (SEM). Analisis SEM dilakukan dengan menggunakan *software* AMOS membantu peneliti dalam menghitung nilai keakuratan dari model penelitian yang digunakan sehingga mampu menerjemahkan dengan baik kesenjangan yang terjadi antara faktor-faktor pada Lingkungan Pemasaran, Bauran Pemasaran, dan Kepuasan Pelanggan.

7. Analisis dan Pembahasan

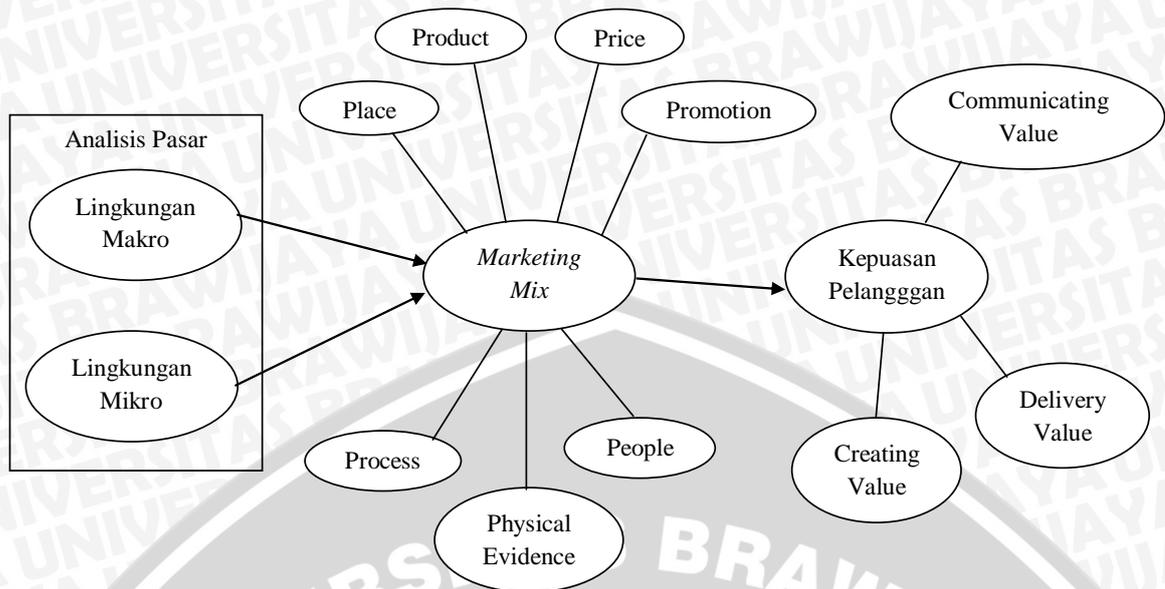
Pada tahap ini dilakukan analisis indikator-indikator apa saja yang memiliki pengaruh signifikan dan tidak signifikan terhadap kualitas kepuasan pelanggan serta sejauh mana indikator tersebut dalam memenuhi kepuasan pelanggan Dea Bakery. Selain itu, dilakukan pula analisis lebih lanjut mengenai indikator-indikator yang berpengaruh signifikan maupun tidak serta pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil analisis didapatkan identifikasi mengenai saran perbaikan yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan oleh perusahaan.

8. Kesimpulan dan Saran

Tahap kesimpulan dan saran adalah tahap akhir dalam penelitian ini. Tahap ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari hasil pengumpulan, pengolahan, dan analisis data yang digunakan untuk menjawab tujuan penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya.

3.7 Model Struktural

Dalam melakukan analisis SEM, diperlukan penentuan matriks SEM yang akan digunakan sebagai model dalam pengolahan data. Berikut gambar 3.1 merupakan matriks SEM yang digunakan pada penelitian ini.



Gambar 3.1 Matriks SEM

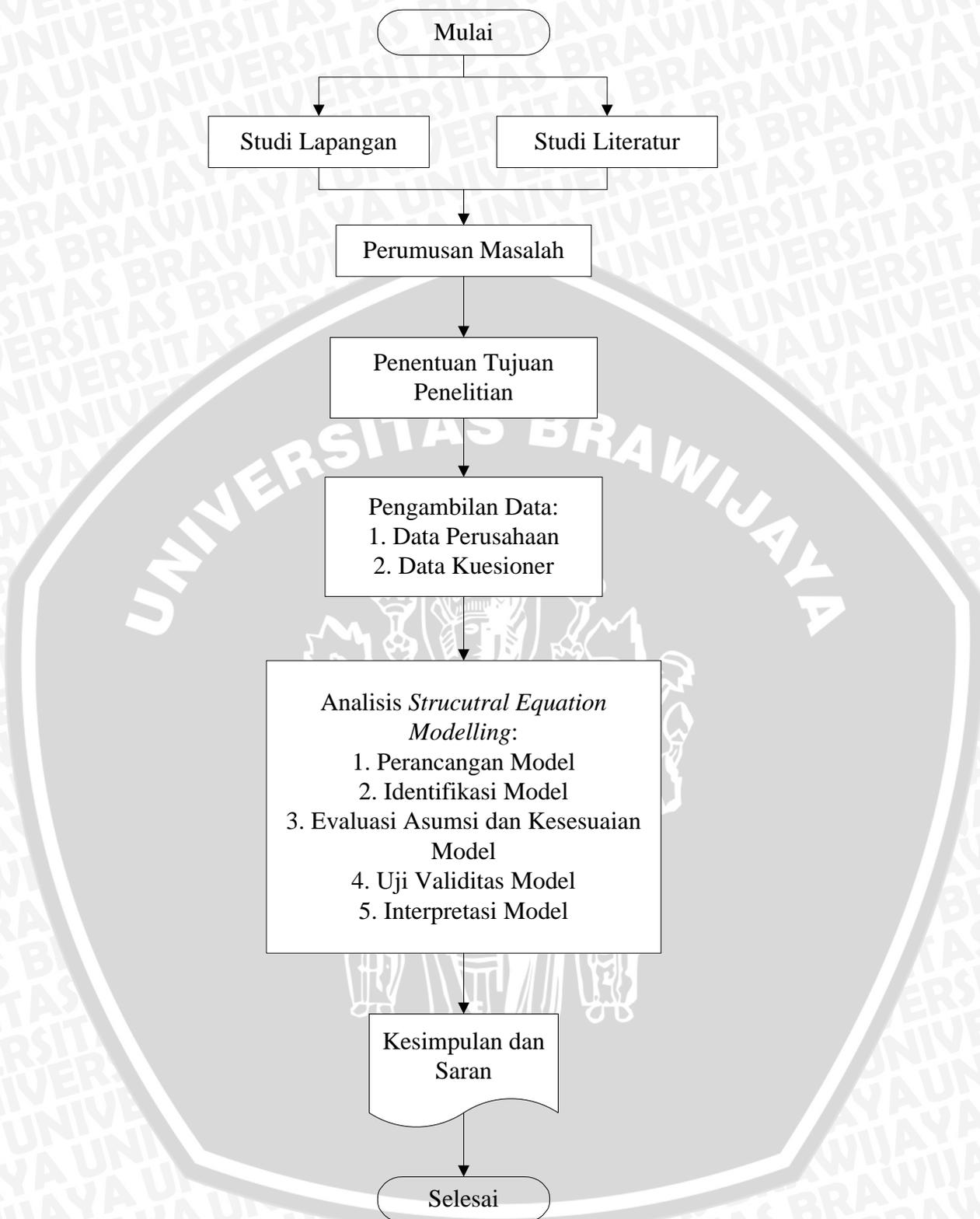
Untuk Faktor-faktor yang dijadikan pertimbangan dalam analisis Internal dan Eksternal, antara lain yaitu pada Tabel 3.1 berikut.

Tabel 3.1 Faktor Internal - Eksternal

| Lingkungan Mikro | Lingkungan Makro |
|-------------------------------|-------------------------|
| <i>5 forces Analysis:</i> | <i>PESTEL Analysis:</i> |
| 1. <i>Pesaing</i> | 1. <i>Political</i> |
| 2. <i>New Entrance</i> | 2. <i>Economic</i> |
| 3. <i>Product Subtitution</i> | 3. <i>Social</i> |
| 4. <i>Suplier</i> | 4. <i>Technology</i> |
| 5. <i>Customer</i> | 5. <i>Environtment</i> |
| | 6. <i>Legal</i> |

3.8 Diagram Alir Penelitian

Berdasarkan penjelasan tahap-tahap penelitian sebelumnya, gambaran tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini digambarkan dalam diagram alir pada Gambar 3.2 sebagai berikut.



Gambar 3.2 Diagram Alir Penelitian