

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Dengan penyesuaian pada topik tersebut peneliti akan menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Sugiyono (2004) berpendapat bahwa penelitian deskriptif ialah penelitian yang dapat dilakukan dengan tujuan mendapatkan pengetahuan tentang nilai variabel independen tanpa membuat perbandingan atau hubungan antar variabel satu dengan variabel yang lainnya. Penelitian kuantitatif dinyatakan oleh Sugiyono (2012) ialah pendekatan penelitian yang memiliki dasar filosofi positivisme yang dipakai untuk memeriksa sampel atau populasi tertentu, penjelajah data memakai instrumen penelitian, menganalisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik yang bertujuan menguji dugaan yang sudah ditentukan sebelumnya.

B. Objek Penelitian

Sugiyono (2011) mengartikan objek penelitian ialah sebuah atribut atau nilai atau sifat dari kegiatan, orang atau objek yang memiliki variasi tertentu yang dapat ditentukan peneliti untuk dipelajari lalu kemudian diambil simpulannya. Penelitian ini dikerjakan dengan tujuan menganalisa tentang kualitas pelayanan di Lereng Anteng Panoramic Coffee Place. Kualitas pelayanan yang akan menjadi objek penelitian terdiri dari 5 dimensi atau aspek, ialah: *tangible*, *responsiveness*, *reliability assurance*, dan *empathy*.

C. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2014) populasi ialah area generalisasi yang tersusun dari subjek atau objek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang diterapkan peneliti agar dipelajari lalu kemudian ditarik kesimpulan. Sugiyono (2014) mengartikan sampel sebagai bagian dari keseluruhan dan sifat atau ciri-ciri yang dimiliki populasi itu.

1. Populasi

Populasi pada penelitian ini ialah para pengunjung Lereng Anteng Panoramic Coffee Place pada bulan Juni 2019 sampai November 2019. dengan jumlah pengunjungnya adalah 47.081 orang.

2. Sampel

Metode yang akan diambil adalah sampel yang teknik pengumpulan datanya memakai teknik sampel acak (*random sampling*). Sugiyono (2001) menyatakan bahwa teknik sampel acak ialah teknik pemungutan sampel dari anggota pada populasi yang dikerjakan acak dengan tidak memperhatikan tingkatan di dalam populasi tersebut. Sedangkan Margono (2004) memberikan pernyataannya bahwa teknik sampel acak adalah teknik dengan bertujuan mendapatkan sejumlah sampel yang bisa langsung diterapkan ke unit *sampling*. Maka bisa dikatakan bahwa semua unit *sampling* adalah bagian populasi yang terpencil mendapatkan kesempatan yang setara untuk mewakili populasi atau menjadi sampel. Hal tersebut biasa diterapkan apabila anggota populasi yang ada dianggap homogen. Sampel dalam penelitian adalah pengunjung yang sedang melakukan kunjungan di Lereng Anteng Panoramic

Coffee Place. Pengunjung tersebut tidak bisa dikategorikan atau dikelompokkan menjadi *first buyer*, *repeater* atau *member* karena di Lereng Anteng Panoramic Coffee Place tidak ada pencatatan maupun pendataan mengenai identitas pengunjung yang menyangkut dengan kategori tersebut. Dengan penulis tidak bisa mengelompokkan kategori tersebut, penulis memutuskan untuk mengambil proses *sampling* dengan sampel acak (*random sampling*). Rumus yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel tersebut adalah rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Penjelasan:

e : kelonggaran ketidaktelitian karena *sampling error* yang dapat ditolerir (e = 0,1)

N : Jumlah populasi

n : Jumlah sampel

Dari penjelasan rumus di atas, terdapat jumlah sampel untuk dihitung dan diambil sebagai sampel responden di penelitian yang sedang dilakukan penulis. Populasi yang dituju ialah 47.081 orang. Maka dapat ditentukan banyaknya, yaitu:

$$\begin{aligned} n &= \frac{47.081}{1 + 47.081(0,1)^2} \\ &= 99,79 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan sampel dengan rumus slovin di atas didapatkan jumlah sampel 99,79 orang, yang akan dijadikan responden agar mempermudah dan meningkatkan ketepatan pada penelitian yang sedang dilakukan penulis, maka penulis memutuskan untuk membulatkan jumlah sampel menjadi 100 responden.

D. Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian yang sedang dilakukan oleh penulis, penulis memakai metode atau teknik pengumpulan data, yaitu:

1. Data Primer

Data Primer ialah data penelitian yang didapatkan dengan langsung dari data dikumpulkan dan narasumber asli untuk menjawab rumusan masalah sesuai dengan harapan peneliti. Data primer pada penelitian yang sedang dilakukan penulis, yaitu data yang berhubungan dengan kualitas pelayanan di Lereng Anteng Panoramic Coffee Place. Lalu teknik yang diterapkan dalam pengumpulannya, yaitu:

1) Observasi Langsung

Sutrisno Hadi (2002) menyatakan bahwa metode observasi diartikan sebagai observasi, pencatatan sistematis dari fenomena yang diteliti. Observasi (*observation*) adalah metode atau teknik pengambilan data yang penelitian atau kolaborator mengambil informasi ketika mereka menyaksikannya sepanjang penelitian. Observasi dilaksanakan dengan

mengamati langsung pada kegiatan pelayanan di Lereng Anteng Panoramic Coffee Place.

2) Wawancara

Peneliti ingin melakukan penelitian terlebih dahulu untuk menemukan masalah yang dapat diperiksa. Wawancara ialah metode atau teknik pengambilan data dengan proses tanya dan jawab langsung bersama narasumber. Wawancara dapat dilakukan dengan wawancara terstruktur dan tidak terstruktur dengan tatap muka, melalui panggilan telepon atau untuk saat ini bisa melalui aplikasi pesan singkat. Pada penelitian yang dilakukan oleh penulis, wawancara dilakukan kepada Bapak Wildan selaku *supervisor* di Lereng Anteng Panoramic Coffee Place.

3) Kuesioner/angket

Kuesioner ialah metode atau teknik pengambilan data dengan cara membuat pertanyaan atau daftar pernyataan yang disediakan alternatif jawaban, yang diberikan untuk responden dengan langsung yang bertujuan mengetahui respon dari responden, jadi hasil pengisiannya akan lebih akurat dan jelas. Kuesioner yang digunakan adalah kusioner tidak terbuka, yaitu setiap pernyataan/pertanyaan yang ada di kusioner sudah ditentukan alternatif jawaban sebelumnya. Jadi responden tidak akan bisa menjawab dengan bebas.

2. Data Sekunder

Data sekunder ialah data penelitian yang didapat dengan tidak langsung dilakukan peneliti atau bisa didapat dari pihak lain. Data sekunder pada umumnya berbentuk catatan, laporan atau bukti historis yang telah tersusun di dokumen (arsip) yang tidak dapat dipublikasikan atau dapat dipublikasikan. Ada sejumlah cara yang bisa dilakukan untuk pengambilan data sekunder adalah di bawah ini:

- a. Jurnal penelitian yaitu penelaahan terhadap hasil penelitian yang telah dilakukan secara ilmiah.
- b. Internet yaitu cara mengumpulkan data dengan mencari informasi yang berhubungan dengan topik penelitian yang dipublikasikan di internet, baik yang berbentuk jurnal, makalah ataupun karya tulis.
- c. Studi kepustakaan yaitu cara mengumpulkan data dengan mempelajari dan membaca literatur yang ada hubungannya dengan topik penelitian, misalnya buku, laporan-laporan dan catatan.

3. Uji Validitas

Validitas ialah ukuran yang dapat memperlihatkan taraf validitas atau akurasi sebuah instrumen penelitian. Ini berarti bahwa instrumen penelitian tersebut dapat menghitung apa yang diharapkan pada penelitian yang sedang dilakukan oleh penulis. Penelitian ini menggunakan rumus korelasi dari Pearson yang dipakai untuk melakukan pengujian pada validitas instrumen penelitian, dengan rumus berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \leq \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{(n \sum x^2 - x^2)1^2\}\{n \sum y^2 - (\sum XY)1^2\}}}$$

Y : Total skor untuk semua *instrumental item*

X : Nilai skor dari *instrumental item*

n : Data

Pengujian validitas diperlukan agar peneliti mengetahui apakah instrumen yang akan digunakan untuk penelitian bisa digunakan atau tidak. Untuk menguji validitas kuesioner yang akan digunakan, penulis mengambil sebanyak 30 responden sebagai tolak ukur nilai r hitung dengan rtabel, dengan membuat pertanyaan sebanyak 31 buah dan taraf signifikansi 5%, sehingga didapatkan nilai dari r tabel dengan nilai 0,361 pada pengujian validitas. Pada penelitian yang sedang dilakukan penuli, penulis menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistic 23 sebagai berikut:

TABEL 3.1
HASIL UJI VALIDITAS ASPEK TANGIBLES

No. Pertanyaan	r Tabel	r Hitung	Validitas
1	0,361	0,462	✓
2	0,361	0,491	✓
3	0,361	0,495	✓
4	0,361	0,378	✓
5	0,361	0,482	✓
6	0,361	0,611	✓
7	0,361	0,570	✓
8	0,361	0,797	✓
9	0,361	0,789	✓
10	0,361	0,749	✓
11	0,361	0,384	✓

Sumber: Data diolah penulis, 2019

Dilihat pada data yang sudah didapatkan menunjukkan validitas untuk aspek *tangible* dengan 11 indikator yang telah peneliti gunakan sebagai kuesioner dinyatakan valid dengan nilai keseluruhan indikator ($r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$)

TABEL 3.2
HASIL UJI VALIDITAS ASPEK *RESPONSIVENESS*

No. Pertanyaan	r Tabel	r Hitung	Validitas
12	0,361	0,803	✓
13	0,361	0,679	✓
14	0,361	0,782	✓
15	0,361	0,795	✓
16	0,361	0,471	✓
17	0,361	0,727	✓

Sumber: Data diolah penulis, 2019

Dilihat pada data yang sudah didapatkan menunjukkan validitas untuk aspek *responsiveness* dengan 6 indikator yang telah peneliti gunakan sebagai kuesioner dinyatakan valid dengan nilai keseluruhan indikator ($r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$).

TABEL 3.3
HASIL UJI VALIDITAS ASPEK *RELIABILITY*

No. Pertanyaan	r Tabel	r Hitung	Validitas
18	0,361	0,694	✓
19	0,361	0,697	✓
20	0,361	0,711	✓
21	0,361	0,730	✓
22	0,361	0,609	✓
23	0,361	0,497	✓

Sumber: Data diolah penulis, 2019

Dilihat pada data yang sudah didapatkan menunjukkan validitas untuk aspek *reliability* dengan 6 indikator yang telah peneliti gunakan sebagai kuesioner dinyatakan valid dengan nilai keseluruhan indikator ($r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$).

TABEL 3.4
HASIL UJI VALIDITAS ASPEK ASSURANCE

No. Pertanyaan	r Tabel	r Hitung	Validitas
24	0,361	0,769	✓
25	0,361	0,641	✓
26	0,361	0,489	✓
27	0,361	0,591	✓
28	0,361	0,666	✓

Sumber: Data diolah penulis, 2019

Dilihat pada data yang sudah didapatkan menunjukkan validitas untuk aspek *assurance* dengan 6 indikator yang telah peneliti gunakan sebagai kuesioner dinyatakan valid dengan nilai keseluruhan indikator ($r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$).

TABEL 3.5
HASIL UJI VALIDITAS ASPEK EMPATHY

No. Pertanyaan	r Tabel	r Hitung	Validitas
29	0,361	0,532	✓
30	0,361	0,581	✓
31	0,361	0,631	✓

Sumber : Data diolah penulis, 2019

Dilihat pada data yang sudah didapatkan menunjukkan validitas untuk aspek *empathy* dengan 6 indikator yang telah peneliti gunakan sebagai kuesioner dinyatakan valid dengan nilai keseluruhan indikator ($r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$).

4. Uji Reliabilitas

Setelah alat untuk ukur divalidasi, langkah selanjutnya adalah menguji reliabilitas untuk menentukan tingkat reliabilitas alat ukur yang digunakan, sehingga dapat dipercaya dan bebas dari kesalahan pengukuran. Dengan formula berikut:

$$a = \left(\frac{K}{K - 1} \right) \left(1 - \frac{\sum S2j}{S2} \right)$$

TABEL 3.6
HASIL UJI RELIABILITAS

Alpha Cronbarch	N of item
0,951	31

Sumber : Data diolah penulis, 2019

Berdasarkan hasil uji reliabilitas penelitian kualitas pelayanan di atas hasil dari 31 indikator menunjukkan hasil nilai > 0,70 ,maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan hasil indikator adalah reliabel.

E. Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel penelitian menurut Nazir (2003) adalah sebuah definisi yang digunakan untuk sebuah konstruk atau variabel yang memberikan arti, menspesifikasikan kegiatan dan juga melepaskan sebuah sistem operasional yang dibutuhkan untuk memberikan ukuran pada variabel atau konstruk. Variabel operasional tersebut dibutuhkan untuk menjelaskan suatu variabel dari penelitian agar berubah jadi suatu dimensi, konsep, ukuran dan indikator yang ditujukan

untuk memperoleh nilai dari variabel-variabel yang lain. Variabel yang terkait pada penelitian yang sedang dilakukan penulis ialah kualitas pelayanan yang diberikan oleh Lereng Anteng Panoramic Coffee Place kepada pengunjung atau pelanggan. Kualitas pelayanan ini memiliki lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu: bukti fisik (*tangibles*), daya tanggap (*responsiveness*), kehandalan (*reliability*) jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*).

F. Matriks Operasional Variable

TABEL 3.7
MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL

Variabel	Sub-variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Kualitas pelayanan ialah sikap pelanggan secara menyeluruh pada perusahaan, yang dibentuk dari beberapa maupun sebagian pengalaman jasa yang tidak berhasil maupun berhasil. Zeithaml, Berry dan Parasuraman (1985) (X)	Tangible (Berwujud) X1	Kebersihan area ruang minum dan makan	Tidak ada sampah yang berserakan di area makan dan minum	Ordinal
		Kebersihan toilet	Toilet terlihat bersih dari spot kotoran, tidak becek dan tidak berbau	
		Kebersihan alat minum dan makan	Tidak terdapat debu atau <i>spot</i> kotoran pada alat makan dan minum	
		Kerapihan ruangan	Ruangan dan furniture (sofa, kursi, meja) tertata dengan rapih	
		Kelengkapan fasilitas	Tersedia fasilitas, seperti: toilet, mushola, wi-fi	
		Kelengkapan alat makan dan minum	Tersedia alat makan yang sesuai dalam penyajian makanan dan minuman	
		Keadaan furniture	Furniture kafe (sofa, meja, dan kursi) dalam keadaan baik dan terawat	
		Penampilan karyawan	Penampilan karyawan bersih dan rapih	

TABEL 3.7
MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL (lanjutan)

Variabel	Sub-variabel	Indikator	Ukuran	Skala
		Kejelasan sarana informasi dan penunjuk arah	Papan informasi dan penunjuk arah dapat terlihat oleh pengunjung dengan jelas	
		Tampilan menu	Menu card mudah dibaca, dimengerti dan gambar makanan atau minuman sesuai dengan yang disajikan	
		Lokasi kafe	Kafe berada di kawasan strategis dan mudah dijangkau	
	Responsiveness (daya tanggap) X2	Kesigapan karyawan	Pegawai sigap dan terampil dalam menyambut dan melayani pengunjung	
		Kecepatan proses pembersihan (<i>clear up</i>)	Kecepatan dalam membersihkan meja maupun area yang kotor di kafe	
		Kecepatan memberikan menu	Karyawan langsung memberikan menu saat tamu tiba kepada pengunjung	
		Kecepatan penyajian minuman dan makanan	Karyawan cepat dalam penyajian minuman dan makanan kepada pengunjung	
		Kecepatan proses pembayaran	Pelayanan pemesanan dan pembayaran dengan cepat	
		Kecepatan menangani keluhan pelanggan	Kecepatan dalam menangani keluhan pelanggan	
		Reliability (kehandalan) X3	Ketelitian karyawan dalam menerima pesanan	

TABEL 3.7
MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL (lanjutan)

Variabel	Sub-variabel	Indikator	Ukuran	Skala
		Kemampuan karyawan dalam berkomunikasi	Pengunjung merasa nyaman saat berkomunikasi dengan karyawan	
		Kemampuan karyawan untuk menjual produk	Karyawan dapat menawarkan dan menjual menu dengan baik	
		Keakuratan karyawan dalam penyajian minuman dan makanan	Minuman dan makanan yang datang sesuai dengan pesanan	
		Kemampuan karyawan dalam menangani keluhan pengunjung	Dapat menangani keluhan pengunjung dengan baik	
		Kemudahan cara pembayaran	Banyaknya variasi cara pembayaran (<i>cash, debit</i> atau <i>e-money</i>)	
	Assurance (jaminan) X4	Keramahtamahan karyawan	Karyawan menyapa pengunjung dengan ramah tamah	
		Keamanan kafe	Merasa aman saat berada di lokasi kafe, tidak ada pengamen, tidak ada pengemis.	
		Pengetahuan karyawan terhadap menu	Karyawan menguasai pengetahuan tentang menu dengan baik	
		Karyawan dapat menjual menu rekomendasi	Karyawan dapat merekomendasikan dan menjual menu yang sesuai keinginan pengunjung	
		Kenyamanan kafe	Merasa nyaman saat berada di lokasi kafe sehingga pengunjung betah untuk berlama-lama di kafe	

TABEL 3.7
MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL (lanjutan)

Variabel	Sub-variabel	Indikator	Ukuran	Skala
	Emphaty (empati) X5	Karyawan memberikan perhatian kepada pengunjung	Kemauan karyawan untuk membantu pengunjung	
		Karyawan menerima keluhan pengunjung	Menyediakan media untuk menyampaikan keluhan, baik secara tertulis ataupun langsung.	
		Kesabaran karyawan dalam melayani dan menangani keluhan pengunjung	Karyawan memberikan pelayanan dan mendengarkan keluhan pengunjung dengan baik bagaimanapun keadaannya	

Sumber : Data diolah penulis, 2019

G. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif ialah salah satu metode dalam penelitian yang dipakai untuk menganalisis data dengan menggambarkan atau mendeskripsikan data yang sudah dikumpulkan apa adanya dengan tidak bermaksud menyimpulkan secara umum atau mengeneralisir. Analisis deskriptif memakai perhitungan statistik deskriptif, ialah median, modus, nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi dan lainnya. Variabel dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan yang terdiri

dari lima aspek/dimensi, yaitu: *tangible*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance* dan *empathy*.

Pada penelitian yang sedang dilakukan oleh penulis, penulis memakai kuesioner dengan skala likert. Penulis menggunakannya karena skala likert sudah sangat biasa dan umum untuk dipakai pada kuesioner dan merupakan skala yang paling banyak diterapkan pada sebuah penelitian. Skala likert juga dapat dipakai untuk mengukur pendapat, persepsi, dan sikap sekelompok orang atau seseorang mengenai fenomena sosial. Tanggapan atas semua *item* pada instrumen yang memakai skala likert memiliki gradasi dari sangat negatif sampai sangat positif. Ada lima kategorisasi dalam pemberian bobot pada penggunaan skala likert, yaitu sebagai berikut:

TABEL 3.8
PENILAIAN SKALA LIKERT

Keterangan	Nilai Pernyataan
Sangat tidak baik	1
Tidak baik	2
Cukup baik	3
Baik	4
Sangat baik	5

Sumber : Data diolah penulis, 2019

Nilai tersebut berlaku untuk semua pertanyaan yang berkaitan dengan variabel di atas. Pada matriks operasionalisasi variabel, setiap variabel dapat diukur menggunakan instrumen pengukuran yang berbentuk kuesioner untuk memenuhi berbagai pertanyaan dengan tipe yang menggunakan skala likert. Untuk menganalisis setiap indikator

atau pertanyaan, penulis dapat menghitung banyaknya jawaban dari semua kategori pilihan jawaban, lalu dijumlahkan. Apabila setiap indikator sudah ada jumlahnya, maka selanjutnya dapat dihitung nilai rata-rata (*mean*) dari setiap pertanyaan atau indikator itu.

Apabila nilai rata-rata (*mean*) sudah didapat, maka penulis dapat menginterpretasikan nilai tersebut berdasarkan tabel. Lalu, penulis bisa membuat garis kontinum.

$$\text{Nilai Jenjang Interval (NJI)} = \frac{(\text{Nilai tertinggi}) - (\text{Nilai terendah})}{\text{Banyaknya kriteria pertanyaan}}$$

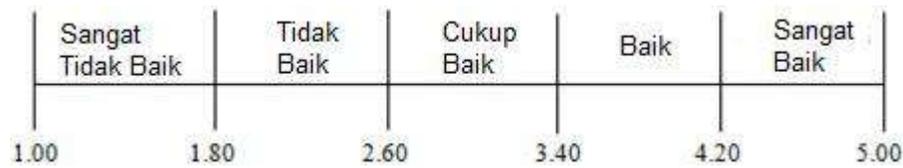
- a. Nilai tertinggi: 5
- b. Nilai terendah: 1
- c. Interval: $5 - 1 = 4$
- d. Jarak Interval: $(5 - 1) / 5 = 0.8$

TABEL 3.9
PENILAIAN KATEGORI

Rentang Skala	Kategori
4,21 - 5,00	Sangat baik
3,41 - 4,20	Baik
2,61 - 3,40	Cukup baik
1,81 - 2,60	Tidak baik
1,00 - 1,80	Sangat tidak baik

Sumber : Data diolah penulis, 2019

Di bawah ini ialah garis kontinum yang sudah dibuat oleh penulis untuk mempermudah penulis dalam menentukan kategori penilaian mengenai variabel yang sedang diteliti penulis:



GAMBAR 3.1
GARIS KONTINUM

Sumber: Data diolah penulis, 2019

Setelah didapatkan hasil nilai *mean* untuk dimasukkan ke garis kontinum, kita bisa mengukur besarnya persentase terhadap skor tertinggi yang ada pada skala likert. Perhitungan tersebut bisa dilihat dari penjelasan di bawah ini:

$$x = \frac{n}{N} \times 100\%$$

x : persentase dari nilai *mean* aspek dimensi kualitas pelayanan

N : Nilai tertinggi/maksimum dari skor pada skala likert, yaitu 5

n : Nilai *mean* dari setiap aspek/dimensi kualitas pelayanan