

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Metode penelitian sangat menentukan suatu penelitian, karena menyangkut cara yang benar dalam mengumpulkan data, analisis data dan pengambilan keputusan hasil penelitian. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang tersusun secara sistematis antara bagian-bagian, fenomena serta hubungan-hubungan yang terdapat dalam objek penelitian. Tujuan dari penelitian ini agar dapat mengembangkan dengan menggunakan model sistematis dengan teori-teori atau adanya hipotesis yang berkaitan dengan suatu kejadian atau fenomena yang terjadi. Oleh sebab itu, dalam melakukan penelitian kuantitatif perlu adanya hubungan antara pengamatan secara empiris. Caranya dengan riset ke lapangan/observasi dan ekspresi matematis dari hubungan-hubungan kuantitatif. Dalam melakukan penelitian kuantitatif diperlukan pula data statistik melalui perhitungan ilmiah yang menghasilkan atau didapatkan dari populasi, sampel, dan dilakukan pengujian terhadap normalisasi data.

Penelitian yang digunakan penelitian kolerasi (*correlation research*) adalah suatu penelitian yang melibatkan tindakan pengumpulan data guna menentukan apakah ada hubungan dan tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih (Sukardi, 2003). Penelitian ini sifatnya *exposte-facto* yaitu mengungkapkan fakta yang sudah terjadi dimana penyebabnya tidak bisa diinterfensi. Adanya hubungan dan tingkat variabel sangat penting, karena dengan mengetahui tingkat hubungan yang ada, penelitian akan dapat mengembangkannya sesuai dengan tujuan penelitian.

Tujuan dari penelitian korelasional adalah mendeteksi sejauh mana variasi-variasi pada suatu faktor berkaitan dengan variasi-variasi pada satu atau lebih faktor lain berdasarkan pada koefisien korelasi (Suryayabratha, 2003).

Populasi ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan dijadikan sampel. Populasi bukan hanya manusia, namun bisa berubah objek atau benda-benda alam lainnya. Selanjutnya dalam bab ini akan dibahas mengenai identifikasi variabel penelitian, definisi operasional, subjek penelitian, prosedur penelitian dan analisis data (Hadi, 2000).

A. Identifikasi Variabel Penelitian

Didalam penelitian ini, variabel yang akan digunakan adalah variabel tunggal yakni variabel kepuasan konsumen.

B. Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen merupakan sesuatu yang dapat meningkatkan atau menurunkan kepuasan konsumen antara lain: kualitas produk, harga, biaya, emosional, lokasi dan faktor pribadi dari konsumen.

2. Kepuasan konsumen

Kepuasan konsumen merupakan sikap, penilaian dan respon emosional yang ditunjukkan oleh konsumen setelah proses pembelian/konsumsi yang berasal dari perbandingan kesannya terhadap kinerja aktual terhadap suatu produk dengan harapannya dan evaluasi terhadap pengalaman mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Dimana sikap, penilaian dan respon emosional ini ditunjukkan dengan memilih merek produk yang sesuai dengan harapan.

Kepuasan konsumen diukur dengan menggunakan skala kepuasan konsumen yang disusun berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu: kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, biaya, emosional, situasi, dan faktor pribadi.

Kepuasan konsumen dapat dilihat dari skor nilai yang diperoleh dari skala tersebut. Jika semakin tinggi nilai skala, maka semakin tinggi kepuasan konsumen. Demikian pula sebaliknya, jika semakin rendah nilai skala, maka semakin rendah pula kepuasan konsumen.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah seluruh objek yang dimaksud untuk diteliti. Populasi dibatasi sebagai sejumlah subjek atau individu yang paling sedikit memiliki satu sifat yang sama (Hadi, 2000). Masalah populasi dan sampel yang dipakai dalam suatu penelitian merupakan hal penting yang harus diperhatikan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang mengunjungi D'Real cafe & resto.

2. Sampel

Menyadari luasnya keseluruhan populasi dan keterbatasan yang dimiliki penulis, maka subjek penelitian yang dipilih adalah sebagian keseluruhan populasi yang dinamakan sampel. Sampel adalah sebagian dari populasi yang merupakan penduduk yang jumlahnya kurang dari populasi. Sampel harus mempunyai paling sedikit satu sifat yang sama (Hadi, 2000).

Teknik pengambilan sampel adalah cara yang digunakan untuk mengambil sampel dari populasi dengan menggunakan prosedur tertentu, dalam jumlah yang sesuai dengan

memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi, agar diperoleh sampel yang benar-benar dapat mewakili populasi (Hadi, 2004).

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling insidental, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2011). Jadi, sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang kebetulan berkunjung di D'Real cafe & resto pada saat dilakukan penelitian sebanyak 40 orang.

D. Teknik Pengumpulan Data

Usaha pengumpulan data penelitian memerlukan suatu metode. Prosedur yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala. Skala adalah suatu prosedur pengambilan data yang merupakan suatu alat ukur aspek afektif yang merupakan konstruk atau konsep psikologis yang menggambarkan aspek kepribadian individu (Azwar, 2004).

Azwar (2004) mengemukakan kebaikan-kebaikan skala dan alasan-alasan penggunaannya, yaitu :

1. Pertanyaan disusun untuk memancing jawaban yang merupakan refleksi dari keadaan subjek sendiri yang tidak disadari.
2. Skala digunakan untuk menangkap suatu atribut tunggal.
3. Subjek tidak menyadari arah jawaban yang sesungguhnya diungkap melalui pertanyaan skala.

Penelitian ini menggunakan penskalaan model Likert. Penskalaan ini merupakan model penskalaan pernyataan sikap yang menggunakan distribusi respons sebagai dasar penentuan nilai sikap (Azwar, 2000). Prosedur penskalaan dengan teknik Likert didasari oleh dua asumsi yaitu :

- a) Setiap pernyataan sikap yang disepakati sebagai pernyataan yang favorable (mendukung) atau yang unfavorable (tidak mendukung).
- b) Jawaban dari individu yang mempunyai sikap positif harus diberi bobot yang lebih tinggi daripada jawaban yang diberikan oleh subjek yang mempunyai sikap negatif.

Adapun penyusunan skala ini didasarkan pada tabel spesifikasi dari variabel-variabel penelitian, yaitu variabel X (kualitas pelayanan) dan variabel Y (kepuasan konsumen). Variabel-variabel ini kemudian dijabarkan dalam sejumlah indikator, yang kemudian dibuat butir-butir pernyataan untuk tiap indikator. Skala pada penelitian ini sendiri merupakan modifikasi skala Likert dengan empat pilihan jawaban, yaitu Sangat Sesuai (SS) diberi nilai 4, Sesuai (S) diberi nilai 3, Tidak Sesuai (TS) diberi nilai 2 dan Sangat Tidak Sesuai (STS) diberi nilai 1.

F. Validitas dan Reliabilitas

1. Validitas

Validitas adalah seberapa jauh alat ukur dapat mengungkapkan dengan benar gejala atau sebahagian gejala hendak diukur, artinya tes tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan keahlian suatu instrument. Uji validitasnya dilakukan dengan mengkolerasikan antara skor tiap item

dengan skor total. Teknik uji validitas dalam penelitian ini menggunakan rumus kolerasi *product moment* dari *Karl Perason*, yaitu :

Keterangan :

r_{xy} : koefisien kolerasi antara x dan y r_{xy}

N : Jumlah Subjek

X : Skor item

Y : Skor total

$\sum X$: Jumlah skor item

$\sum Y$: Jumlah skor total

$\sum X^2$: Jumlah kuadrat skor item

$\sum Y^2$: Jumlah kuadrat skor total

2. Reliabilitas

Reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya, artinya apabila dilakukan pengukuran beberapa kali terhadap subjek yang sama hasilnya relatife sama.

Ada beberapa metode pengujian reliabilitas dengan *Alpha Cronbsh's* adalah :

Keterangan :

r_n : Reliabilitas instrumen

k : Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$: Jumlah varians butir

σt^2 : Variabel total

G. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam analisis data ini adalah analisis statistik, karena statistik dapat menguatkan suatu kesimpulan penelitian. Adapun pertimbangan-pertimbangan dengan menggunakan metode analisis statistik (Hadi, 2000):

1. Statistik bekerja dengan angka-angka.
2. Statistik bekerja dengan objektif.
3. Statistik bersifat universal dalam semua penelitian.

Penelitian ini bersifat analisis deskriptif (deskriptif artinya bersifat memberi gambaran). Analisis deskriptif untuk melihat faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada mahasiswa digunakan rumus tendensi sentral sebagai berikut (Arikunto, 1990):

1. Mode

mode merupakan nilai yang muncul paling banyak didalam distribusi. Ada dua hal yang terkandung dalam mode yaitu nilai dan frekuensi.

2. Median

Median diartikan sebagai nilai dalam distribusi yang menjadi batas antara 50% subjek yang memiliki nilai besar dan 50% subjek yang memiliki nilai kurang dari nilai batas tersebut. Untuk menentukan median secara cermat digunakan rumus yang banyak dibahas dalam buku-buku statistik.

Rumus:

Mdn: Median yang dicari

Bb_n = batas bawah nyata dari interval yang mengandung median.

N = banyaknya subjek yang menentukan distribusi.

Cfb = frekuensi kumulatif bagi semua interval yang terletak dibawah interval yang mengandung median.

f_m = frekuensi dalam kelas interval yang mengandung median.

i = luas frekuensi.

3. Mean

Mode dan median yang sudah dikemukakan merupakan ukuran tendensi sentral didalam distribusi nilai masih ada. Ukuran tendensi sentral yang paling banyak digunakan dalam penelitian yaitu yang dikenal dengan mean dan diberi istilah dalam bahasa indonesia nilai rata-rata. Dengan rumus mean adalah:

Yang biasanya dituliskan dalam rumus sederhana :

$\sum X$ = jumlah nilai mentah yang dimiliki subjek

N = banyak subjek yang memiliki nilai

4. Menghitung Presentase

Berikut rumus P% :

$$\text{Presentase} = \frac{\text{jumlah jawaban setiap skala}}{\text{total jawaban setiap skor}} \times 100\%$$

5. Menghitung Frekuensi

Selanjutnya setelah diketahui presentase setiap faktor dilakukan perhitungan frekuensi untuk melihat jumlah untuk setiap faktor dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Frekuensi} = \frac{\text{presentase}}{100} \times N$$

Penelitian ini bersifat statistik deskriptif (deskriptif artinya member gambaran). Statistik deskriptif adalah metode yang berkaitan dengan pengumpulan, peringkasan, penyajian data sehingga memberikan informasi. Analisis deskriptif untuk melihat indikator-indikator yang membentuk kepuasan konsumen disusun berdasarkan frekuensi dalam bentuk presentase. Seluruh data yang diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan analisis statistik komputer program SPSS.