

- b) Kebersihan tempat
  - 2. Reliabilitas (*Reliability*)
    - a) Ketepatan dalam memberikan pelayanan
  - 3. Daya tanggap (*Responsibility*)
    - a) Pelayanan yang cepat
  - 4. Jaminan (*Assurances*)
    - a) Kesopanan dalam memberikan pelayanan
  - 5. Empati (*Emphaty*)
    - a) Memperhatikan pelanggan tanpa membeda-bedakan status sosial
- b) Variabel bebas (independent) Harga diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut (Basu swastha 2010:137) :
- 1. Daya saing harga
  - 2. Kesesuaian harga dengan produk
  - 3. Keterjangkauan harga
- c) Variabel bebas (independent) Cita Rasa diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut (Drummond dan Brefere 2010:3) :
- 1. Rasa
  - 2. Bau
  - 3. Tekstur
- d) Variabel terikat (dependent) kepuasan pelanggan diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut (Tjiptono 2012:349) :
- 1. Memutuskan untuk pembelian ulang
  - 2. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut bersifat positif

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Rancangan Penelitian**

Menurut Kerlinger 1997:523 (dalam Felix *et al* 2012:51) rancangan penelitian adalah rencana, kerangka untuk mengkonseptualisasikan struktur relasi variabel-variabel suatu kajian penelitian. Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode survey. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui (Kasiram 2008:149).

Tujuan diadakan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar perbedaan kualitas pelayanan, harga, dan cita rasa terhadap kepuasan pelanggan ayam nelongso dan ayam bakar wong solo. Tahapan-tahapan dalam penelitian ini yaitu mencari teori-teori yang berkaitan dengan kualitas layanan, harga dan cita rasa terhadap kepuasan pelanggan. Setelah mengetahui teori dari setiap variabel penelitian yang digunakan, selanjutnya menyusun pernyataan yang berasal dari indikator masing-masing variabel sebagai alat

ukur untuk memperoleh data berupa angka-angka di setiap variabel. Adapun indikator dari variabel dependent (X) dan variabel independent (Y) sebagai berikut, kualitas pelayanan diukur menjadi lima dimensi dengan menggunakan indikator *tangibles* (fasilitas tempat dan kebersihan tempat), *reliability* (ketepatan dalam memberikan pelayanan), *responsibility* (pelayanan yang cepat), *assurances* (kesopanan dalam memberikan pelayanan), *emphaty* (memperhatikan pelanggan tanpa membedakan status sosial). Variabel harga menggunakan indikator daya saing harga, kesesuaian harga dengan produk, keterjangkauan harga. Variabel cita rasa menggunakan indikator rasa, suhu, tekstur. Variabel terikat kepuasan pelanggan menggunakan indikator memutuskan untuk pembelian ulang, menyarankan untuk pembelian produk kepada teman/saudara. Setelah mengetahui teori dari variabel independent dan variabel dependent maka akan mudah untuk menyusun pertanyaan yang nantinya akan digunakan untuk mencari perbedaan/persamaan dari setiap variabel. Tahap berikutnya adalah mengolah data variabel menggunakan software SPSS. Kemudian hasil software ini akan mengetahui seberapa besar perbedaan kualitas pelayanan, harga, dan cita rasa terhadap kepuasan pelanggan di ayam nelongso dan ayam bakar wong solo.

## **3.2 Populasi dan Sampel**

### **3.2.1 Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016:80).

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan yang pernah membeli di ayam nelongso dan di ayam bakar wong solo di Surabaya yang berusia minimal 17 tahun.

### **3.2.2 Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang terdapat dalam populasi tersebut. Sugiyono (2007:116)

Teknik sampling yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. Menurut Sugiyono (2010:120), *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/ kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Salah satu teknik *nonprobability sampling* yang diambil oleh penulis teknik aksidental (*convenience sampling*). Menurut Sugiyono (2010:122), sampling aksidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Untuk menentukan jumlah sampel yang dibutuhkan pada populasi yang tidak diketahui, maka penulis menggunakan rumus Rao Purba (2006) sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2}{4(moe)^2}$$

keterangan :

n = jumlah sampel

Z = tingkat distribusi normal 5% (1,96)

Moe = margin of error, tingkat kesalahan maksimum adalah 10%

Standart error dalam penelitian ini ditentukan sebesar 10% , maka diperoleh perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{1,96^2}{4 (0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$

Jadi, jumlah responden dalam penelitian ini adalah 96 orang (sampel) dan dibulatkan menjadi 100 responden yang pernah membeli di ayam nelongso dan ayam bakar wong solo.

### **3.3 Pengukuran dan Instrument Penelitian**

#### **3.3.1 Pengukuran penelitian**

Pengukuran dari penelitian ini terdiri dari satu skala, untuk variabel  $X_1$  (Kualitas Pelayanan),  $X_2$  (Harga),  $X_3$  (Cita Rasa) dan variabel Y (Kepuasan pelanggan) peneliti menggunakan skala Likert. Menurut sugiyono (2016:93) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, 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.

Tabel 3.1 Pengukuran Skala Likert

No.	Jawaban	Simbol	Skor
1.	Sangat Setuju	SS	5
2.	Setuju	S	4
3.	Kurang Setuju	KS	3
4.	Tidak Setuju	TS	2
5.	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : Sugiyono (2016 : 93)

Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

### 3.3.2 Instrument Penelitian

Instrumen atau alat ukur dalam penelitian ini berupa angket atau kuesioner yang disusun sesuai dengan indikator-indikator dari variabel penelitian selanjutnya, dibuat butir-butir pertanyaan untuk diberi tanggapan oleh para responden dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat. Instrumen yang digunakan untuk melakukan pengukuran variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2

Kisi-kisi Instrumen Penelitian

Variabel Penelitian	Indikator	No. Item
Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )	1. Faktor fisik ( <i>tangibles</i> )	1
	a. Fasilitas tempat layanan	2
	b. Kebersihan tempat	3
	2. Reliabilitas ( <i>reliability</i> )	4
	a. Ketepatan dalam	

	<p>memberikan pelayanan</p> <p>3. Daya tanggap (<i>responsibility</i>)</p> <p>a. Pelayanan yang cepat</p> <p>4. Jaminan (<i>assurancess</i>)</p> <p>a. Kesopanan dalam memberikan pelayanan</p> <p>5. Empati (<i>emphaty</i>)</p> <p>a. Memperhatikan pelanggan tanpa membedakan status sosial</p>	<p>5</p> <p>6</p> <p>7</p>
Variabel penelitian	Indikator	No. Item
Harga ( $X_2$ )	<p>1. Daya saing harga</p> <p>2. Kesesuaian harga dengan produk</p> <p>3. Keterjangkauan harga</p>	<p>1</p> <p>2</p> <p>3</p>
Cita Rasa ( $X_3$ )	<p>1. Rasa</p> <p>2. Bau</p> <p>3. Tekstur</p>	<p>1</p> <p>2</p> <p>3</p>
Kepuasan Pelanggan (Y)	<p>1. Memutuskan untuk pembelian ulang</p> <p>2. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut</p>	<p>1</p> <p>2</p>

Sumber : Penelitian terdahulu, dan diolah oleh penulis.

Maka setiap instrument harus memiliki skala pengukuran untuk mempermudah dalam setiap perhitungannya sebagai acuan untuk menentukan jumlah jawaban yang digunakan pada sebuah instrument. Untuk keperluan penelitian ini, maka jawaban dalam skala (rentang 1- 5) dapat diberi skor berupa angka, yaitu:

- a. Untuk jawaban sangat tidak setuju ( STS ) diberi skor 1
- b. Untuk jawaban tidak setuju ( TS ) diberi skor 2
- c. Untuk jawaban kurang setuju ( KS ) diberi skor 3
- d. Untuk jawaban setuju ( S ) diberi skor 4
- e. Untuk jawaban sangat setuju ( SS ) diberi skor 5

### 3.3.3 Uji validitas dan Reliabilitas

#### a. Uji Validitas

Uji validitas adalah derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh penelitian. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian (Sugiyono 2010:267).

Validitas konvergen akan dilihat dari nilai rasio kritisnya (critical ratio). Jika nilai critical ratio dua kali lebih besar dari standard errornya, maka indikator variabel dalam model tersebut valid (Hotman 2012:72).

Pengujian ini dikatakan valid apabila korelasinya signifikan ( $p - \text{value} < 0,05$ ) atau ada korelasi antara item dengan total skornya. Jika korelasi antara item dengan total skor mempunyai nilai signifikan  $< 0,05$ , maka menunjukkan indikator tersebut valid untuk mengukur konstruk yang dimaksud dan suatu item dikatakan tidak valid jika signifikan  $> 0,05$  atau tidak terdapat korelasi yang signifikan antara item pertanyaan dengan skor total seluruh item pertanyaan (Kuncoro, 2009:151).

#### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan tingkat konsisten dan stabilitas alat ukur atau instrumen penelitian dalam mengukur suatu konsep atau konstruk. Konsep reliabilitas sejalan dengan validitas konstruk atau kuantitatif (Willy Abdillah *et al* 2015:74).

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah stabil atau konsisten dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan handal apabila nilai Cronbach ( $\alpha$ ) lebih besar dari 0,6. Namun apabila Cronbach ( $\alpha$ ) lebih kecil 0,6 maka kuesioner dianggap kurang handal sehingga apabila dilakukan penelitian ulang terhadap variabel-variabel tersebut pada waktu dan dimensi yang berbeda, kesimpulannya akan berbeda (Ghozali, 2009).

Ukuran yang digunakan dalam mengukur reliabilitas adalah:

- a. Apabila nilai  $r_n > 0,60$  maka instrument reliable.
- b. Apabila nilai  $r_n \leq 0,60$  maka instrument tidak reliable.

### 3.4 Teknis Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber dan berbagai cara. Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber *primer*, dan sumber *sekunder*. Sumber *primer* adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data dan sumber *sekunder* merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data *primer* berupa tanggapan responden yang berisi tentang pendapat ataupun penilaian responden mengenai perbedaan kualitas pelayanan, harga dan cita rasa terhadap kepuasan pelanggan di ayam nelongso dan ayam bakar wong solo. Bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data penulis menggunakan kuesioner (angket) dan *library study* (studi kepustakaan) dalam penelitian ini

#### 1. Kuesioner (Angket)

Menurut Sugiyono (2016:142) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Daftar pertanyaan dalam kuesioner ini harus sesuai dengan permasalahan yang diteliti dan memperoleh data berkaitan dengan perbedaan kualitas pelayanan, harga dan cita rasa terhadap kepuasan pelanggan di ayam nelongso dan ayam bakar wong solo.

#### 2. *Library Study* (Studi Kepustakaan)

Studi pustaka adalah teknik pengumpulan data menggunakan kajian teoritis, referensi serta literatur ilmiah lainnya yang berkaitan dengan daya tarik iklan, atribut produk dan persepsi harga terhadap keputusan p

embelian yang diteliti (Sugiyono, 2012). Jadi yang termasuk dalam studi kepustakaan dalam penelitian ini yaitu buku-buku acuan yang digunakan sebagai dasar atau landasan teori penelitian baik buku, majalah, jurnal, skripsi ataupun tesis.

### 3.5 Teknik Analisis Data

#### 3.5.1 Analisis deskriptif dan statistik

Analisis perbandingan digunakan untuk membandingkan rata-rata antara dua atau lebih kelompok sampel data. Asumsi mendasar dalam analisis perbandingan adalah bahwa variabel data yang akan dibandingkan harus mengikuti distribusi normal. Langkah pertama untuk metode perbandingan ini adalah mengumpulkan data (sampel) dari setiap objek per kelompok variabel. Pengukuran bersifat kuantitatif atau berskala ordinal (suseno bimo, 2010). Skala pengukuran ordinal memberikan informasi tentang jumlah relatif karakteristik berbeda yang dimiliki oleh objek atau individu tertentu. Tingkat pengukuran ini mempunyai informasi skala nominal ditambah dengan sarana peringkat relatif tertentu yang memberikan informasi (juliansyah noor, 2011:126).

Data- data yang telah terkumpul dari kuesioner, selanjutnya bisa di analisa lebih lanjut dengan teknik sebagai berikut :

1. Analisa deskriptif

Analisa ini digunakan untuk menggambarkan hasil penelitian lapangan terutama berkaitan dengan responden penelitian.

2. Analisa statistik

Analisa uji beda berpasangan digunakan untuk menentukan seberapa besar perbedaan kualitas pelayanan, harga, cita rasa terhadap kepuasan pelanggan ayam nelongso dan ayam bakar wong solo.

Uji-t berfungsi untuk membandingkan beda rata-rata (mean) sebenarnya atau yang diperoleh dengan beda rata-rata (mean) yang diharapkan. Dengan kata lain uji-t digunakan untuk memperoleh perbandingan rata-rata antara tiga variabel yang akan diteliti dalam dua kelompok sampel. Selanjutnya, temuan hasil analisa uji beda dapat dilakukan dengan perhitungan SPSS for windows.

Ketentuan : jika  $t_{hitung}$  didukung dengan tingkat signifikansi ( $p$ ) < 0,05 maka ada beda signifikan antara kualitas pelayanan, harga, dan cita rasa terhadap kepuasan pelanggan di ayam nelongso dan ayam bakar wong solo.

### 3.5.2 Uji Analisis Data

#### a) Independent Sample T test

uji independent sample T test digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan rata-rata antara dua kelompok sample yang tidak berhubungan. Jika ada perbedaan maka rata-rata mana yang lebih tinggi. sebelum dilakukan uji t test (independent sample t test) sebelumnya dilakukan uji kesamaan varian (homogenitas) dengan F test (*Levene's test*), artinya jika varian sama maka menggunakan *equal variance assumed* (diasumsikan varian berbeda) Prayitno (2010:35).

Langkah-langkah Uji F (Prayitno, 2010:35) :

a) Menentukan Hipotesis

Ho : kedua varian adalah sama (varian kelompok 1 dan kelompok 2 adalah sama)

Ha : kedua varian adalah berbeda (varian kelompok 1 dan kelompok 2 adalah berbeda)

b) Kriteria pengujian (berdasarkan signifikansi)

Ho diterima jika signifikansi > 0.05

Ho ditolak jika signifikansi < 0.05

Setelah melakukan tahap uji kesamaan varian (homogenitas) dengan F test dapat diketahui variabel yang memiliki varian yang sama atau berbeda. Uji t test (independent sample t test) dapat dilaksanakan dengan menggunakan asumsi dari hasil uji F test (*Levene's Test*) , dengan menggunakan *Equal variances assumed* dan *equal variances not assumend*. Independent sample t test digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan rata-rata dua kelompok sampel yang tidak berhubungan (Santoso dalam Prayitno 2010:35).

Langkah-langkah uji t test (Prayitno 2010:35)

$$X^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Keterangan :

O<sub>i</sub> = frekuensi harapan

E<sub>i</sub> = frekuensi yang diharapkan

K = banyaknya pengamatan

a. Menentukan hipotesis

Ho : ada perbedaan antara kualitas pelayanan, harga, cita rasa terhadap kepuasan pelanggan di ayam nelongso dan ayam bakar wong solo.

Ha : tidak ada perbedaan antara kualitas pelayanan, harga, cita rasa terhadap kepuasan pelanggan di ayam nelongso dan ayam bakar wong solo.

b. Menentukan tingkat signifikansi

Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$  atau 0.05. tingkat signifikansi dalam hal ini, berarti mengambil resiko dalam mengambil keputusan untuk menolak hipotesis yang benar sebanyak-banyaknya 5% ( signifikansi 5% atau 0,05 adalah ukuran standart yang digunakan dalam penelitian ini)

c. Menentukan t tabel

Tabel distribusi t dicari pada  $\alpha = 5\% : 2 = 2.5\%$  (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan (df)  $n-2$  atau  $100-2=98$

d. Kriteria pengujian

Ho diterima jika  $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Ho ditolak jika  $-t_{hitung} \leq t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$

Berdasarkan signifikansi :

Ho diterima jika signifikansi  $> 0.05$

Ho ditolak jika signifikansi  $< 0.05$