

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di kawasan Agrowisata Kebun Naga Poernama Garut yang terletak di Kp. Jambansari RT. 04 RW. 05 Des. Bayongbong Kec. Bayongbong Kabupaten Garut Provinsi Jawa Barat. Lokasi penelitian ini dipilih secara sengaja (*purpose*) karena berada di wilayah strategis, terletak 13 km dari pusat pemerintahan Kabupaten Garut dan 1,4 km dari kantor Kecamatan Bayongbong. Selain itu letak lokasinya terlewati oleh tempat wisata pendakian Gunung Cikuray yang merupakan salah satu gunung terkenal di daerah Jawa Barat. Penyusunan ini dimulai pada bulan Januari tahun 2023 sampai dengan Oktober tahun 2024.

Tabel 3. Tahapan dan Waktu Penelitian

Waktu Kegiatan	Januari 2023	Februari 2023	Maret 2023 – Agustus 2023	September 2023 – Desember 2023	Januari 2024 – Mei 2024	Juni 2024	Juli 2024 – September 2024	Oktober 2024
Perencanaan	■							
Penulisan Usulan Penelitian	■							
Seminar Usulan Penelitian		■						
Pengumpulan Data			■					
Pengolahan dan Analisis Data				■				
Penulisan Hasil Penelitian					■			
Seminar Kolokium						■		
Revisi Hasil Kolokium							■	
Sidang Skripsi								■

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah survei. Sugiyono (2017) mendefinisikan metode survei adalah metode yang biasa digunakan peneliti untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah. Penarikan sampel diambil dari populasi, oleh karena itu penelitian ini dikatakan sebagai penelitian survei. Menurut Handayani (2020), populasi adalah totalitas dari setiap elemen yang akan diteliti yang memiliki ciri yang sama, bisa berupa individu dari suatu kelompok, peristiwa, atau sesuatu yang akan diteliti. Sedangkan sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya (Siyoto dkk, 2015).

3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono (2015), bahwa untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan diantaranya *probability sampling* dan *non-probability sampling*.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling*. *Non-probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017). Cara pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *accidental sampling* yaitu cara penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti bisa digunakan sebagai sampel, jika dilihat orang tersebut cocok dan bersedia untuk menjadi sumber data (Sugiyono, 2017). Adapun kriteria responden yang penelitian ini sebagai berikut:

1. Responden berumur minimal 17 tahun, karena menurut Hurlock (2006) menyatakan bahwa usia 17 tahun merupakan usia yang dewasa serta dianggap matang secara hukum.
2. Responden sedang atau pernah mengunjungi Agrowisata Kebun Naga Poernama minimal 1 kali dalam kurun waktu 3 bulan terakhir.

Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 34 responden. Menurut Sugiyono (2014) agar diperoleh distribusi nilai pengukuran mendekati normal maka jumlah responden untuk uji kuesioner dengan uji validitas dan uji realibilitas paling

sedikit 30 responden. Besarnya sampel pada penelitian ini dihitung menggunakan *linear time function*. Menurut Umar (2002), pengambilan sampel berdasarkan *linear time function* dapat dilakukan bila jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti. Sehingga tidak dapat ditentukan jumlah sampel yang terlibat dalam penelitian. Sampel pada penelitian ini diambil pada rentang waktu pukul 10.00 WIB s.d. 17.00 WIB. Pengambilan sampel dilakukan selama 10 hari karena waktu tersebut dinilai dapat mewakili untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dan dapat melebihi batas minimal jumlah responden menurut Sugiyono (2014) apabila menggunakan rumus *linear time function*. Besarnya sampel yang dihitung berdasarkan *linear time function* dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{T-t_0}{t_1}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel yang dipilih

T = waktu yang tersedia untuk penelitian, jumlah hari dilakukannya pengambilan sampel dikali dengan waktu buka Agrowisata Kebun Naga Poernama yaitu 12 jam, maka 10 hari x 12 jam/hari adalah 120 Jam.

t₀ = waktu tetap pengambilan sampel, waktu pengambilan sampel dikali dengan jumlah dilakukannya pengambilan sampel, maka 7 jam/hari x 10 hari adalah 70 jam.

t₁ = waktu pengisian kuesioner setiap sampel unit adalah 0,15 jam/hari dikali dengan waktu pengambilan sampel yaitu 10 hari, maka 0,145 x 10 = 1,45 jam.

$$n = \frac{120-70}{1.45}$$

$$n = \frac{50}{1.45}$$

$$n = 34,48 = 34$$

Jadi, sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 34 responden.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Data pada penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Menurut Danang Sunyoto (2013), data primer adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menjawab masalah penelitiannya secara khusus dan data sekunder adalah data yang bersumber dari catatan yang ada pada perusahaan dan dari sumber lainnya.

3.5 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kepuasan pengunjung adalah sensasi yang dirasakan seseorang setelah menimbang-nimbang antara kinerja produk dan jasa yang mereka rasakan dengan harapannya.
2. Tingkat kepuasan adalah perbedaan antara daya guna yang dirasakan pengunjung dengan harapan yang ada.
3. Tingkat kepentingan adalah keyakinan pengunjung sebelum mencoba atau membeli suatu produk atau jasa yang akan dijadikan acuan dalam penilaian dari produk atau jasa tersebut.
4. Bukti fisik (*tangible*) dapat dilihat dari penampilan yang menggambarkan wujud fisik dan layanan yang akan diterima. Atribut yang digunakan adalah keindahan alam, kondisi kebun, area parkir, kebersihan lokasi, kondisi jalan menuju lokasi, cafe dan resto.
5. Keandalan (*reliability*) dapat dilihat dari jasa yang dijanjikan secara baik dan akurat. Atribut yang digunakan pada dimensi ini adalah kualitas buah naga, kegiatan memetik buah langsung dari pohonnya, pemandu wisata, dan kegiatan wisata edukasi.
6. Daya tanggap (*responsiveness*) dapat dilihat dari kesediaan pengelola dalam membantu pengunjung dan melayani dengan cepat. Atribut yang digunakan pada dimensi ini adalah daya tanggap karyawan/pengelola dalam melayani pengunjung, pemberian penjelasan mengenai segala informasi, dan kemampuan karyawan/pengelola untuk menanggapi keluhan dan saran pengunjung.
7. Jaminan (*assurance*) yaitu sopan santun, pengetahuan, dan kemampuan pengelola untuk membangun keyakinan dan kepercayaan terhadap pengunjung. Atribut yang digunakan adalah keamanan berwisata dan bertransaksi, keramahan karyawan/pengelola dalam melayani pengunjung, dan keselamatan berwisata dan bertransaksi.
8. Kepedulian (*empathy*) yaitu kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pengunjung. Atribut yang digunakan adalah fasilitas toilet, mushola, gazebo, dan kesimpatian karyawan/pengelola dalam menangani pengunjung pada saat terjadi hal-hal tak terduga.

3.6 Kerangka Analisis

Pada penelitian ini analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif, analisis IPA (*Importance Performance Analysis*), dan analisis CSI (*Customer Satisfaction Index*). Sebelum melakukan analisis data, terlebih dahulu menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas untuk kuesioner.

Uji validitas adalah ketepatan (*appropriateness*), kebermaknaan (*meaningfull*), dan kemanfaatan (*usefulness*) dari sebuah kesimpulan yang didapatkan dari interpretasi skor tes (Kusaeri, 2012). Validitas mengarah kepada ketepatan interpretasi hasil penggunaan suatu prosedur evaluasi sesuai dengan tujuan pengukurannya.

Reliabilitas berasal dari kata *reliability*. Pengertian dari *reliability* (reliabilitas) adalah keajegan pengukuran (Walizer, 1987). Sugiarto dan Situnjak (2006) menyatakan bahwa reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkap informasi yang sebenarnya dilapangan.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Informasi yang diperoleh mengenai karakteristik konsumen atau pengunjung sebagai responden penelitian yang sedang berkunjung ke Agrowisata Kebun Naga Poernama yang meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, penghasilan, dan tujuan berkunjung.

3.6.2 *Importance Performance Analysis (IPA)*

Supranto (2011) mengatakan *Important Performance Analysis (IPA)* merupakan dasar bagi manajemen dalam pengambilan keputusan tentang tindakan apa yang harus dilakukan untuk memperbaiki kinerja perusahaan demi meningkatkan kepuasan pelanggan. *Importance Performance Analysis* ini digunakan sebagai cara untuk mendapatkan informasi tentang tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu produk dengan cara mengukur tingkat kepentingan serta

pelaksanaannya. Seberapa penting suatu faktor peubah produk bagi seorang pelanggan terhadap kinerja produk yang diberikan adalah tingkat kepentingan bagi pelanggan.

Pada penelitian ini skala yang digunakan adalah skala *likert*. Menurut Sugiyono (2017), skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur penilaiannya menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jumlah gradasi yang digunakan adalah 5 skala, supaya sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang yang akan diukur itu lebih rinci.

Dalam penelitian ini, responden diminta untuk memberikan tanggapan pada setiap pertanyaan yang diberikan oleh peneliti dengan memilih dengan mengisi *checklist* pada lima pilihan jawaban dengan rincian pada tabel berikut:

Tabel 4. Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja terhadap Atribut Skor

Skor	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
1	Sangat Tidak Penting (STP)	Sangat Tidak Baik (STB)
2	Tidak Penting (TP)	Tidak Baik (TB)
3	Cukup Penting (CP)	Cukup Baik (CB)
4	Penting (P)	Baik (B)
5	Sangat Penting (SP)	Sangat Baik (SB)

Sumber: Supranto, 2011

Untuk menginterpretasikan penilaian atribut secara keseluruhan, digunakan rentang skala dengan menggunakan skor pengukuran tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dengan skor 1 sampai 5 yang dimasukkan ke dalam rumus:

$$\text{Rentang Skala} = \frac{m-n}{b}$$

Keterangan:

m = skor nilai tertinggi

n = skor nilai terendah

b = jumlah kelas atau kategori

maka rentang skala yang digunakan berdasarkan rumus adalah:

$$\text{Rentang Skala} \frac{m-n}{b} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Berdasarkan hasil perhitungan terhadap rentang skala maka kriteria kepentingan dan kinerja dapat dilihat dari Tabel 5.

Tabel 5. Rentang Skala terhadap Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja

Rentang Skala	Tingkat kepentingan	Tingkat kinerja
1,00-1,79	Sangat Tidak Penting (STP)	Sangat Tidak Baik (STB)
1,80-2,59	Tidak Penting (TP)	Tidak Baik (TB)
2,60-3,39	Cukup Penting (CP)	Cukup Baik (CB)
3,40-4,19	Penting (P)	Baik (B)
4,20-5,00	Sangat Penting (P)	Sangat Baik (SB)

Berikut ini merupakan tahapan-tahapan dalam analisis *Importance Performance Analysis* (Supranto, 2011):

1. Penentuan tingkat kesesuaian antara kepentingan dan kinerja dengan rumus:

$$TK_i = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

Keterangan:

TK_i = kesesuaian responden

X_i = bobot penilaian konsumen terhadap kinerja pengelola

Y_i = bobot penilaian konsumen terhadap kepentingan pengunjung

Setelah dilakukan pengukuran tingkat kesesuaian, langkah selanjutnya adalah membuat peta posisi yang terbagi dalam empat kuadran yang dibatasi oleh dua buah garis berpotongan tegak lurus.

2. Perhitungan rata-rata kinerja dan kepentingan pengunjung yang akan mengisi setiap sumbu, baik sumbu X maupun sumbu Y dengan rumus:

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n} \quad \text{dan} \quad \bar{X} = \frac{\sum X_i}{n}$$

Keterangan:

\bar{Y} = skor rata-rata tingkat kepentingan (harapan)

\bar{X} = skor rata-rata tingkat kinerja (pelaksanaan)

n = jumlah responden

Dengan rumus ini, dapat diketahui posisi setiap atribut yang diteliti dalam keempat kuadran tersebut.

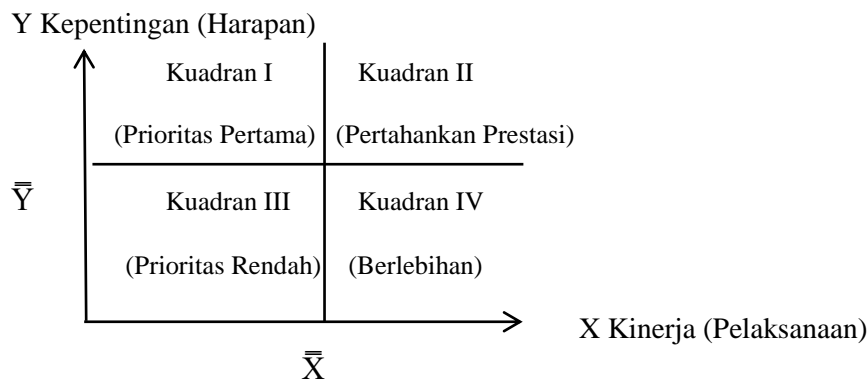
3. Perhitungan rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja untuk seluruh atribut yang diteliti dengan menggunakan rumus:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{X}_i}{K} \quad \text{dan} \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{Y}_i}{K}$$

Keterangan:

K = banyaknya atribut

4. Pemetaan ke dalam diagram kartesius untuk melihat posisi dari masing-masing atribut masuk ke dalam salah satu kategori dari keempat kuadran dalam diagram kartesius. Pada penelitian ini dibantu dengan bantuan *software* SPSS versi IBM 25.



Gambar 2. Diagram Kartesius (Supranto, 2011).

- a. Kuadran I menunjukkan atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan dari konsumen/pengunjung, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap penting, tetapi manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan konsumen/pelanggan. Hal tersebut menghasilkan rasa kecewa dan rasa tidak puas yang tidak sesuai harapan.
- b. Kuadran II menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan oleh manajemen yang menghasilkan rasa sangat puas terhadap konsumen/pengunjung.
- c. Kuadran III menunjukkan beberapa atribut yang kurang penting pengaruhnya terhadap konsumen/pengunjung, serta pelaksanaan oleh pengelola biasa saja, sehingga dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.
- d. Kuadran IV menunjukkan atribut yang mempengaruhi konsumen/pengunjung kurang penting, tetapi dalam pelaksanaannya berlebihan. Hal ini dianggap kurang penting tetapi mengakibatkan kepuasan terhadap konsumen/pengunjung.

3.6.3 CSI (*Customer Satisfaction Index*)

CSI (*Customer Satisfaction Index*) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen atau pengunjung secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut yang akan diteliti. Besarnya CSI dapat diketahui dengan melakukan tahap-tahap perhitungan sebagai berikut (Lerbin R Aritonang, 2005):

1. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS). *Mean Importance Score* adalah rata-rata skor pentingnya suatu atribut yang berasal dari rata-rata harapan tiap

pengunjung. Setiap atribut yang digunakan dalam penelitian, nilai ini berasal dari rata-rata kepentingan tiap konsumen/pengunjung dengan rumus:

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{Y}_i}{n}$$

Keterangan:

MIS = *Mean Importance Score*

\bar{Y}_i = nilai kepentingan atribut Y ke-i

n = jumlah konsumen/pengunjung

2. Menghitung *Weighting Factor* (WF) merupakan fungsi dari nilai rata-rata MIS atau tingkat kepentingan masing-masing atribut. Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS keseluruhan dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$WFi = \frac{MIS_i}{\text{Total MIS}} \times 100\%$$

Keterangan:

WFi = faktor pembobot tingkat kepentingan (%)

MIS_i = nilai rata-rata tingkat kepentingan atribut ke-i

Total MIS = total nilai rata-rata tingkat kepentingan

3. Menentukan *Mean Satisfaction Score* (MSS). MSS adalah rata-rata kenyataan suatu atribut yang berasal dari rata-rata kinerja perusahaan yang dirasakan pengunjung. Setiap atribut dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$MSS = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{X}_i}{n}$$

Keterangan:

MSS = *Mean Satisfaction Score*

\bar{X}_i = nilai kinerja atribut X ke-i

n = jumlah konsumen/pengunjung

4. Menghitung *Weighted Score* (WS) dari setiap atribut. *Weighted Score* merupakan perkalian antara rata-rata tingkat kinerja atau MSS dengan *Weighting Factor* masing-masing atribut. WS menggunakan rumus sebagai berikut:

$$WS_i = MSS_i \times WFi$$

Keterangan:

WS_i = *Weighted Score*

MSS_i = nilai rata-rata tingkat kinerja atribut ke-i

WFi = nilai faktor pembobot kepentingan

5. Menghitung *Weighted Average Total* (WAT), yaitu menjumlahkan *Weighted Score* setiap atribut, dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$WAT = WS_1 + WS_2 + WS_3 + \dots + WS_n$$

Keterangan:

WAT = Hasil pembobotan rata-rata semua atribut

6. Menghitung *Customer Satisfaction Index*, yaitu perhitungan hasil bagi WAT dengan skala maksimum yang digunakan, yang kemudian dikalikan dengan 100%. Dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

HS = skala maksimum yang digunakan

Tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan konsumen. Kepuasan tertinggi akan dicapai apabila CSI menunjukkan tentang 100 persen. Penentu angka indeks pada kriteria nilai CSI menggunakan rumus sebagai berikut:

$$RS = \frac{m-n}{b} \times 100\%$$

Keterangan:

RS = rentang skala

m = nilai tertinggi

n = nilai terendah

b = jumlah kelas (dalam penelitian ini digunakan skala 5)

Rentang kepuasan berkisar dari 0 sampai 100 persen kepuasan tertinggi dicapai bila CSI bernilai 100 persen. Rentang skala dihitung sebagai berikut:

$$RS = \frac{100-0}{5} \times 100\% = 20\%$$

Berdasarkan rentang skala tersebut, maka kriteria tingkat kepuasan pelanggan sebagai berikut:

Tabel 6. Kriteria Interpretasi Skor CSI

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