

III. METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dikawasan Agrowisata Kebun Edukasi Eptilu Garut yang terletak di Desa Mekarsari, kecamatan Cikajang, kabupaten Garut, sejak bulan Maret – September 2018 sebagaimana tercantum pada (Lampiran 1). Pemilihan tempat penelitian dikarenakan kawasan Agrowisata Kebun Edukasi Eptilu Garut merupakan satu-satunya objek wisata kebun edukasi di Kabupaten Garut dengan sensasi petik buah jeruk langsung dari kebunnya, dan penawaran wisata lain yang.

Hal ini didasari karena Agrowisata Kebun Edukasi Eptilu Garut terletak 20 kilometer dari Kota Garut, dengan melewati destinasi Wisata lain seperti Gunung Cikurai dan Gunung Papandayan yang bisa strategis di kunjungi oleh wisatawan, baik domestik maupun luar kota bahkan luar negeri.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian yang digunakan adalah metode *Survey*. *Survey* adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar/kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data sampel yang diambil dari populasi (Sugiyono, 2015). *Survey* ini dilakukan pada pengunjung Agrowisata Kebun Edukasi Eptilu Garut, yang sedang berwisata di lokasi agrowisata.

3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *Accidental Sampling* 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 cocok dan bersedia sebagai sumber data (Nyoman Dantes, 2012).

Pengambilan responden dilakukan pada hari Jumat dan Minggu pukul 12.00 - 14.00 WIB, dengan pertimbangan keterangan dari pengelola agrowisata, untuk hari kerja pengunjung terpadat saat hari jumat, untuk hari libur pengunjung terpadat saat hari minggu, dan penentuan jumlah responden berdasarkan rata-rata

jumlah pengunjung dalam satu hari sebanyak 30 orang. Dengan pengambilan responden ini diharapkan dapat mewakili populasi sebenarnya dari pengunjung Agrowisata Kebun Edukasi Eptilu.

3.4 Jenis dan Teknik Pengambilan Data

Data penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder baik yang bersifat kualitatif dan kuantitatif, yang dijelaskan sebagai berikut :

a. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari *pra-survey*, pengamatan dilapang (observasi), penyebaran kuesioner atau wawancara langsung kepada pengunjung. Kuesioner yang diberikan kepada pengunjung berupa pertanyaan dan diberikan kebebasan jawaban dari responden.

b. Data Sekunder

Data sekunder data diperoleh dari pengelola Agrowisata Kebun Edukasi Eptilu Garut, internet, artikel, jurnal, prosiding, buku-buku dan studi literatur yang terkait dengan penelitian mengenai Tingkat Kepuasan Pengunjung Agrowisata Kebun Edukasi Eptilu Garut.

3.5 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

Atribut adalah unsur produk yang dianggap penting oleh konsumen dan dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan. Suatu produk pada dasarnya adalah kumpulan atribut-atribut dan setiap produk barang dan jasa dapat dideskripsikan dengan menyebut atribut-atributnya, dalam mengetahui kinerja dan kepentingan dari atribut apa saja yang ditawarkan oleh pengelola maka dapat diambil dari beberapa faktor dalam dimensi kepuasan pengunjung berikut:

(1) Bukti Fisik (*Tangibles*) dapat dilihat dari penampilan secara fisik yang terlihat seperti kondisi alam dan kondisi agrowisata secara spesifik; (2) Keandalan (*Reliability*) dapat dilihat dari kemampuan untuk melaksanakan jasa yang ditawarkan kepada pengunjung sebagai andalan yang dimiliki pengelola; (3) Ketanggapan (*Responsiveness*) dapat dilihat dari kecepatan dan kemauan untuk membantu pelanggan serta dalam memberikan jasa yang ditawarkan; (4) Jaminan (*Assurance*) dapat dilihat dari pengetahuan dan keramahtamahan pengelola dalam

menciptakan opini yang dapat dipercaya pengunjung seperti jaminan keselamatan dan keamanan. (5) Keperdulian (*Empathy*) dapat dilihat dari perlakuan dalam memberi perhatian dari pengelola kepada pengunjung.

Untuk mengetahui produk yang dianggap penting oleh pengunjung dan dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan, maka dioperasionalkan atribut yang diamati adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Atribut-atribut yang Diteliti

No.	Dimensi	Atribut
1	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keindahan alam 2. Kondisi kebun jeruk 3. Kebersihan lokasi agrowisata 4. Area Parkir 5. Penampilan karyawan 6. Kondisi jalan menuju agrowisata 7. Keadaan tempat makan
2	<i>Reliability</i> (Keandalan)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rasa makanan khas sunda 2. Kualitas Jeruk 3. Keunikan 4. Kegiatan memetik buah 5. Kegiatan penanaman 6. Kemudahan dalam mengakses lokasi 7. Penyajian makanan 8. Edukasi 9. Keragaman wisata yang ditawarkan
3	<i>Responsiveness</i> (Ketanggapan)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelayanan 2. Promosi 3. Penanganan kritik dan saran pengunjung
4	<i>Assurance</i> (Jaminan)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keramahan pegawai 2. Keamanan 3. Keselamatan
5	<i>Empathy</i> (Kepedulian)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Papan keterangan 2. Fasilitas toilet 3. Tempat beribadah 4. Pemandu wisata 5. Pusat informasi 6. Tempat istirahat

3.6 Kerangka Analisis

Kerangka analisis yang akan digunakan dalam penelitian adalah *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI).

3.6.1 *Importance Performance Analysis* (IPA)

Metode analisis data yang digunakan adalah *Importance Performance Analysis* yang terdiri dari dua komponen yaitu, analisis kuadran dan analisis kesenjangan. Dengan analisis kuadran dapat diketahui respon pelanggan terhadap atribut yang diplotkan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja dari atribut. Sedangkan analisis kesenjangan digunakan untuk melihat kesenjangan antara kinerja suatu atribut dengan harapan (kepentingan) pelanggan terhadap atribut tersebut.

Penelitian ini menggunakan Skala *Likert*, menurut Sugiyono (2015) Skala *Likert* merupakan alat yang digunakan untuk mengembangkan instrumen yang digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat seseorang atau sekelompok orang terhadap potensi dan permasalahan suatu objek, rancangan suatu produk, proses membuat produk dan produk yang telah dikembangkan atau diciptakan.

Responden diminta untuk memberikan tanggapan pada setiap pertanyaan dengan memilih lima pilihan jawaban. Pemberian nilai jawaban antara 1 sampai 5 dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 3. Skor Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja terhadap Atribut

Nilai Skor	Arti dalam tingkat kepentingan	Arti dalam 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 2006

Berdasarkan skor pengukuran tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dengan skor 1 sampai 5 maka untuk menginterpretasikan penilaian atribut secara keseluruhan digunakan rentang skala dengan rumus :

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

Ket:
 m = skor nilai tertinggi
 n = skor nilai terendah
 b = jumlah kelas atau kategori

maka rentang skala yang digunakan berdasarkan rumus adalah

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

Berdasarkan hasil perhitungan terhadap rentang skala maka kriteria kepentingan dan kinerja dapat dilihat pada (Tabel 4).

Tabel 4. Rentang Skala terhadap Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja.

Rentang Skala	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
1,00 – 1,79	Sangat Tidak Penting	Sangat Tidak Baik
1,80 – 2,59	Tidak Penting	Tidak Baik
2,60 – 3,39	Cukup Penting	Cukup Baik
3,40 – 4,19	Penting	Baik
4,20 – 5,00	Sangat Penting	Sangat Baik

Tahapan dalam metode *Importance Performance Analysis* adalah sebagai berikut:

- a. Perhitungan Tingkat Kesesuaian (TKi) antara tingkat kinerja dan harapan, dengan rumus:

$$\text{TKi} = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

Ket:
 TKi = Tingkat kesesuaian responden
 Xi = Skor penilaian kinerja (pelaksanaan) pengelola
 Yi = Skor penilaian kepentingan (harapan) pengunjung

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat pelaksanaan (kinerja) sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor yang mempengaruhi harapan (kepentingan) pelanggan dengan :

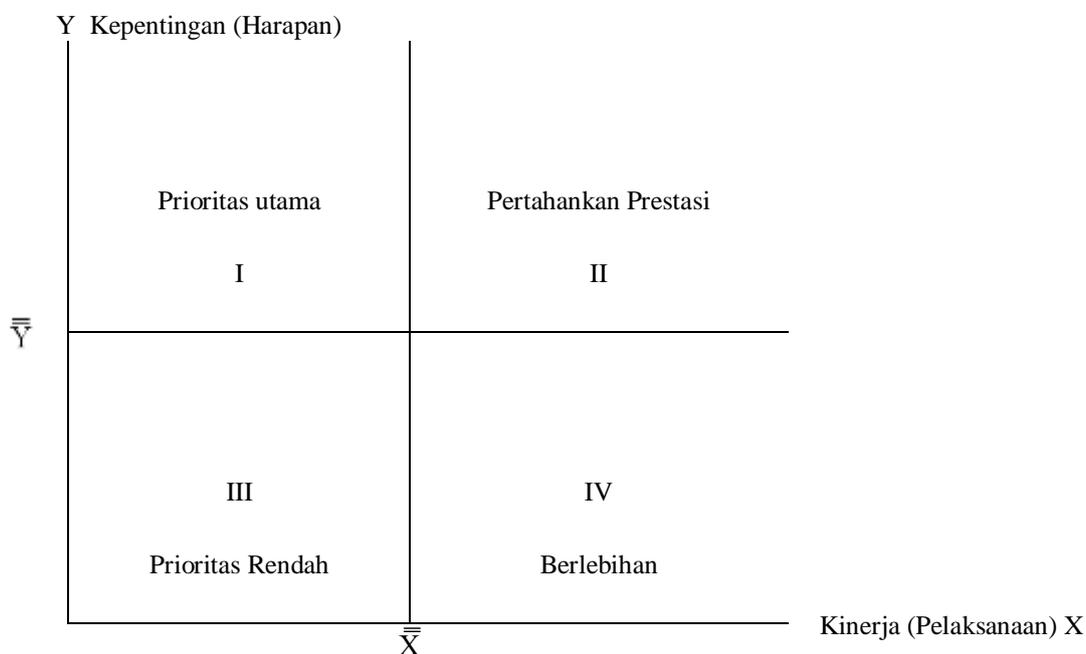
$$\bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n} \quad \bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \quad \text{Ket:}$$

\bar{Y} = Skor rata-rata tingkat kepentingan (harapan)
 \bar{X} = Skor rata-rata tingkat kinerja (pelaksanaan)
n = Jumlah responden.

b. Langkah selanjutnya adalah menghitung rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja untuk keseluruhan atribut dengan rumus:

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

K = Banyaknya atribut



Gambar 4. Diagram Kartesius

(Sumber: Supranto, 2006)

Keterangan:

1. Menunjukkan atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pengunjung, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan pengunjung. Sehingga mengecewakan atau tidak puas.
2. Menunjukkan unsur dasar pokok yang telah berhasil dilaksanakan Pengelola Agrowisata Kebun Edukasi Eptilu Garut, untuk itu wajib dipertahankannya. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.
3. Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pengunjung, pelaksanaannya oleh pengelola biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.
4. Menunjukkan atribut yang mempengaruhi pengunjung kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.

Nilai \bar{X} memotong tegak lurus pada sumbu horizontal, yakni sumbu yang mencerminkan kinerja atribut (X) sedangkan nilai \bar{Y} memotong tegak lurus pada sumbu vertikal, yakni sumbu yang mencerminkan kepentingan atribut (Y). Setelah diperoleh bobot kinerja dan kepentingan atribut serta nilai rata-rata kinerja dan kepentingan atribut, kemudian nilai-nilai tersebut di plotkan ke dalam diagram kartesius.

Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (\bar{X}, \bar{Y}) , di mana \bar{X} merupakan rata-rata kinerja dari seluruh atribut fungsi pengelola dan \bar{Y} adalah rata-rata kepentingan dari seluruh atribut fungsi pengunjung.

3.6.2 *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Metode index kepuasan konsumen merupakan index yang mengukur tingkat kepuasan konsumen atau pengunjung berdasarkan atribut-atribut tertentu. Atribut yang diukur dapat berbeda untuk masing masing industri, bahkan untuk masing-masing perusahaan. Hal ini tergantung pada kebutuhan informasi yang ingin didapatkan perusahaan terhadap konsumen.

Menghitung nilai rata-rata tingkat kinerja dan tingkat kepentingan

$$X = \frac{\sum x}{n} \quad Y = \frac{\sum y}{n} \quad \text{Ket:}$$

x = Nilai rata-rata tingkat kinerja
y = Nilai rata-rata tingkat kepentingan
n = Jumlah Responden

Indeks Kepuasan Pengunjung (IKP) dihitung dengan rumus (Bhote,1996):

$$\text{IKP} = \frac{T}{5 \times Y} \times 100\% \quad \text{Ket:}$$

T = Skor total perkalian rata-rata X dan rata-rata Y
Y = Skor total rata-rata kepentingan (Y)
5 = Nilai maksimum pada skala pengukuran

Kriteria Indeks Kepuasan Pengunjung (IKP) mengacu pada Kriteria Interpretasi Skor yang di sampaikan oleh Riduwan (2009).

Tabel 5. Kriteria Interpretasi Skor CSI (Indeks Kepuasan Pengunjung)

Nilai CSI	Kriteria CSI
0% - 20%	Sangat Tidak Puas
21% - 40%	Tidak Puas
41% - 60%	Cukup Puas
61% - 80%	Puas
81% - 100%	Sangat Puas

(Sumber: Riduwan, 2009)