

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1 Tempat, Waktu dan Tahapan Penelitian

Pelaksanaan penelitian berlokasi di toko beras Singaparna DOC MAL di Kecamatan Leuwisari Kabupaten Tasikmalaya. Waktu penelitian dilaksanakan menjadi beberapa tahapan yang dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Tahapan dan Waktu Penelitian

Jadwal Kegiatan	Bulan							
	Nov 2024	Des 2024	Jan 2025	Feb 2025	Mar 2025	Apr 2025	Mei 2025	Juni 2025
Perencanaan penelitian								
Penyusunan proposal penelitian								
Seminar usulan penelitian								
Revisi hasil usulan penelitian								
Pelaksanaan penelitian dan pengolahan data								
Seminar kolokium								
Revisi hasil kolokium								
Sidang Skripsi								
Revisi hasil sidang skripsi								

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode survei pada konsumen yang membeli beras premium Singaparna DOC MAL. Metode survei merupakan metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk memperoleh data yang terjadi pada masa lalu atau saat ini, mengenai keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel, serta peneliti mengumpulkan data melalui berbagai cara, yaitu mendistribusikan kuesioner, melakukan tes, melakukan wawancara terstruktur, dan sebagainya (Sugiyono, 2023).

Jenis pendekatan pada penelitian ini yaitu kuantitatif deskriptif yang menganalisis data dengan menggambarkan informasi yang telah dikumpulkan. Kuantitatif deskriptif yaitu konsisten dengan variabel penelitian, fokus kepada

permasalahan yang nyata dan fenomena yang sedang terjadi, serta hasil dari penelitian disajikan dalam bentuk angka-angka yang memiliki makna (Sugiyono, 2023).

3.3 Jenis dan Teknik Pengambilan Data

Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan data sekunder yang dibutuhkan untuk menjawab tujuan penelitian, data sekunder dan data primer yang didapatkan akan diolah atau dianalisis berdasarkan metode analisis yang digunakan.

1. Data Primer

Data yang diperoleh dari proses observasi dengan wawancara dan penyebaran kuesioner yang diberikan kepada responden, sehingga dapat menghasilkan data yang akan dianalisis untuk menjawab permasalahan penelitian. Adapun data primer yang diperoleh yaitu dari wawancara dan kuesioner, wawancara merupakan metode yang tujuannya untuk memperoleh keterangan maupun data dengan cara tanya jawab sehingga dapat ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2019).

2. Data Sekunder

Sumber data yang didapat dengan cara membaca, mempelajari serta memahami melalui sumber lain (Sugiyono, 2019). Data yang diperoleh melalui literatur seperti jurnal, buku, dan pustaka lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

3.4 Teknik Penarikan Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan berdasarkan *Non probability sampling* yaitu *Accidental Sampling* karena jumlah populasi konsumen beras premium Singaparna DOC MAL tidak diketahui pasti. *Accidental Sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2023). Dengan kata lain, sampel diambil secara bebas di lokasi penelitian tanpa menggunakan metode atau teknik. Adapun kriteria responden pada penelitian ini yaitu :

1. Responden minimal sudah tiga kali melakukan pembelian beras premium Singaparna DOC MAL.
2. Responden sudah melakukan pembelian dalam kurun waktu 6 bulan terakhir.

3. Kesediaan responden untuk dijadikan sampel.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *linier time function*. Metode ini dapat dilakukan apabila jumlah populasinya tidak diketahui (Endang, 1993). Pengambilan sampel dilakukan selama 14 hari, dimulai pukul 08.00 hingga 14.00 WIB. Jumlah sampel (n) ditentukan berdasarkan perhitungan menggunakan rumus berikut :

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang dipilih

T = Waktu yang tersedia untuk penelitian (14 hari x 24 jam/hari = 336 jam)

t_0 = Waktu tetap pengambilan sampel (6 jam/hari x 14 hari = 84 jam)

t_1 = Waktu pengisian kuesioner setiap sampel unit (0,5 jam/hari x 14 hari = 7 jam)

$$n = \frac{T - t_0}{t_1} = \frac{336 - 84}{7} = \frac{252}{7} \quad n = 36$$

Jadi, jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu sebanyak 36 responden.

3.5 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel berfungsi untuk mengarahkan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini ke indikator-indikatornya secara konkret, yang berguna untuk penelitian ini (Sugiyono, 2019). Dalam menyatukan konsep penelitian ini, maka dirumuskan yaitu sebagai berikut :

1. Beras merupakan makanan pokok masyarakat Indonesia yang memiliki ciri-ciri bertekstur pulen, bentuk bulat atau lonjong, berwarna putih susu namun sedikit transparan, ada yang beraroma khas, ada juga yang tidak memiliki bau.
2. Kualitas Produk, karakteristik dari produk dalam upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.
3. Kualitas produk beras premium, standar mutu beras (meliputi berbagai atribut) yang lebih tinggi dibandingkan beras biasa. Adapun atribut kualitas produk beras yaitu :

- a. Kepulenan nasi, tingkat kekenyalan dan kelembutan nasi setelah dimasak.
 - b. Aroma beras, bau alami yang dimiliki oleh beras.
 - c. Warna beras, mengacu pada kejernihan atau keverahan butir beras.
 - d. Kebersihan beras, ada atau tidaknya kotoran, kutu, sekam, batu kecil, atau benda asing lainnya.
 - e. Keutuhan dan keseragaman butir beras, tingkat kesamaan ukuran, bentuk, dan kondisi fisik butiran beras.
 - f. Daya tahan beras saat di simpan, kemampuan beras untuk tetap bertahan dalam kondisi baik tanpa mengalami perubahan kualitas.
 - g. Kemasan yang menarik, kemasan yang mampu menarik perhatian konsumen dan memberikan kesan pertama yang positif terhadap produk.
 - h. Keamanan produk pada kemasan, upaya untuk memastikan bahwa kemasan mampu melindungi produk dari kerusakan fisik, kontaminasi, dan faktor eksternal lainnya.
 - i. Informasi pada kemasan, segala bentuk keterangan yang dicantumkan pada kemasan untuk memberikan penjelasan kepada konsumen.
 - j. Kenyamanan kemasan, kemudahan yang diberikan oleh kemasan dalam penggunaan dan penyimpanan.
4. Kepuasan konsumen, penilaian individu terhadap perasaan senang maupun kecewa yang dirasakan setelah melakukan pembelian, kemudian membandingkan kepentingan dengan kinerja.
- a. Tingkat kepentingan, sikap konsumen terhadap kepentingan atribut suatu produk atau jasa yang diberikan.
 - b. Tingkat Kinerja, hasil yang dirasakan konsumen.

Adapun operasionalisasi variabel dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator	Skala Ukur	Kategori
Kepuasan Konsumen	<i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	Ordinal	0% - 20% = Sangat tidak puas 20% - 40% = Tidak puas 40% - 60% = Cukup puas 60% - 80% = Puas 80% - 100% = Sangat puas
Tingkat Kepentingan	1. Kepulenan nasi 2. Aroma beras 3. Warna beras 4. Kebersihan beras 5. Keutuhan dan keseragaman butir 6. Daya tahan beras saat disimpan 7. Kemasan yang menarik 8. Keamanan produk pada kemasan 9. Informasi pada kemasan 10. Kenyamanan kemasan	Ordinal	1 = Sangat Tidak Penting 2 = Tidak Penting 3 = Cukup Penting 4 = Penting 5 = Sangat Penting
Tingkat Kinerja	1. Kepulenan nasi 2. Aroma beras 3. Warna beras 4. Kebersihan beras 5. Keutuhan dan keseragaman butir 6. Daya tahan beras saat disimpan 7. Kemasan yang menarik 8. Keamanan produk pada kemasan 9. Informasi pada kemasan 10. Kenyamanan kemasan	Ordinal	1 = Sangat Tidak Baik 2 = Tidak Baik 3 = Cukup Baik 4 = Baik 5 = Sangat Baik

3.6 Kerangka Analisis

Kuesioner digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian ini. Kuesioner yang digunakan menurut penyajian atau pertanyaannya secara tertutup, sehingga responden cukup memilih salah satu pilihan jawaban yang di Penilaian tersebut menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekolompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2023).

Untuk menguji instrumen yang digunakan agar terukur dan akurat maka digunakan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap data dengan menggunakan program SPSS. Uji validitas merupakan pengujian terhadap kuesioner untuk mengetahui sejauh mana pertanyaan kuesioner dapat dimengerti oleh responden.

Menurut (Sugiyono, 2023) uji validitas merupakan bagian dari analisis data yang digunakan untuk mengukur sah atau tidak suatu kuesioner. Tingkat validitas dapat diukur dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} sebagai berikut (Sugiyono, 2015):

Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut valid

Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut tidak valid

Instrumen penelitian yang reliabel merupakan instrumen yang ketika digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2023). Tingkat reliabilitas dapat diukur dengan membandingkan α (*Cronbach Alpha*) :

Jika $\alpha \geq 0,60$ maka reliabel

Jika $\alpha \leq 0,60$ maka tidak reliabel

Untuk menjawab identifikasi masalah 1 terkait mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk beras premium Singaparna DOC MAL menggunakan *Customer Satisfaction Indeks* (CSI) untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan serta atribut-atribut produk yang diukur. Adapun atribut kualitas produk pada penelitian ini adalah kepulenan nasi, tekstur, aroma, warna, kebersihan, keseragaman butir, daya tahan beras saat disimpan, kemasan yang menarik, keamanan produk pada kemasan, informasi pada kemasan, dan kenyamanan kemasan. Kepuasan tertinggi akan dicapai jika CSI menunjukkan rentang 100 persen, penentu angka indeks pada kriteria nilai CSI menggunakan rumus sebagai berikut (Simamora, 2004) :

$$RS = \frac{m - n}{b}$$

Keterangan :

m = Nilai tertinggi

n = Nilai terendah

b = Jumlah kelas atau kategori yang akan dibuat

Pada penelitian ini rentang skala (RS) adalah $RS = \frac{100 - 0}{5} \times 100\% = 20\%$.

Maka berdasarkan rentang skala tersebut, kriteria kepuasan konsumen pada penelitian ini yaitu :

Tabel 9. Kriteria Tingkat Kepuasan Konsumen

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

Metode perhitungan *Customer Satisfaction Indeks* (CSI) meliputi beberapa tahapan sebagai berikut (Sadika dkk., 2023) :

1. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS).

$$MIS = \left[\frac{\sum_{i=1}^n yi}{n} \right] \quad MSS = \left[\frac{\sum_{i=1}^n xi}{n} \right]$$

Keterangan :

MIS = *Mean Importance Score* atau nilai rata-rata tingkat kepentingan

MSS = *Mean Satisfaction Score* atau nilai rata-rata tingkat kinerja

yi = nilai kepentingan atribut Y ke i

xi = nilai kinerja atribut Y ke i

n = jumlah responden

2. Menghitung *Weight Factor* (WF) atau faktor tertimbang.

$$WF = \left[\frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\% \right]$$

Keterangan :

WF = *Weight Factor* atau faktor tertimbang

MIS_i = rata-rata kepentingan ke-i

$\sum_{i=1}^p MIS_i$ = total kepentingan dari i ke p

3. Menghitung *Weight Score* (WS) atau skor tertimbang.

$$WS = WF_i \times MSS$$

Keterangan :

WS = *Weight Score* atau skor tertimbang

WF_i = faktor tertimbang

MSS = *Mean Satisfaction Score* atau nilai rata-rata tingkat kinerja

4. Menghitung *Customer Satisfaction Indeks* (CSI), yaitu nilai *Weight Score* (WS) dibagi dengan *Highest Scale* (HS) atau yang dinyatakan dalam bentuk persen. Skala maksimum diperoleh dari skala *likert* yang digunakan dalam menilai tingkat kepuasan. Dalam penelitian ini skala maksimum yang digunakan adalah 5 (lima).

$$CSI = \left[\frac{\sum_{i=1}^p WSi}{HS} \times 100\% \right]$$

Keterangan :

$\sum_{i=1}^p WSi$ = total skor tertimbang dari i ke p

HS = skala maksimum yang digunakan

Teknik *Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan suatu teknik analisis yang digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan individu terhadap kinerja perusahaan (Supranto, 2011). Analisis ini bertujuan untuk menjawab identifikasi masalah 2 terkait tingkat atribut yang menjadi prioritas untuk terus dipertahankan dan atribut yang perlu dilakukan perbaikan.

Tabel 10. Skor Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja

Skor	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
1	Sangat Tidak Penting	Sangat Tidak Baik
2	Tidak Penting	Tidak Baik
3	Cukup Penting	Cukup Baik
4	Penting	Baik
5	Sangat Penting	Sangat Baik

Sumber : (Yola & Budianto, 2013)

Adapun tahapan-tahapan dalam *Importance Performance Analysis* (Supranto, 2011) :

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

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan :

Tki = kesesuaian responden

Xi = bobot penilaian konsumen terhadap kinerja

Yi = bobot penilaian konsumen terhadap kepentingan

2. Perhitungan rata-rata kinerja dan kepentingan pelanggan yang akan mengisi sumbu X dan sumbu Y, perhitungan tersebut dihitung dengan rumus :

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

Keterangan :

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

\bar{X} = skor rata-rata tingkat kinerja atau hasil

n = jumlah responden

$\sum Y_i$ = jumlah jawaban tingkat kepentingan

$\sum X_i$ = jumlah jawaban tingkat kinerja

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

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

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

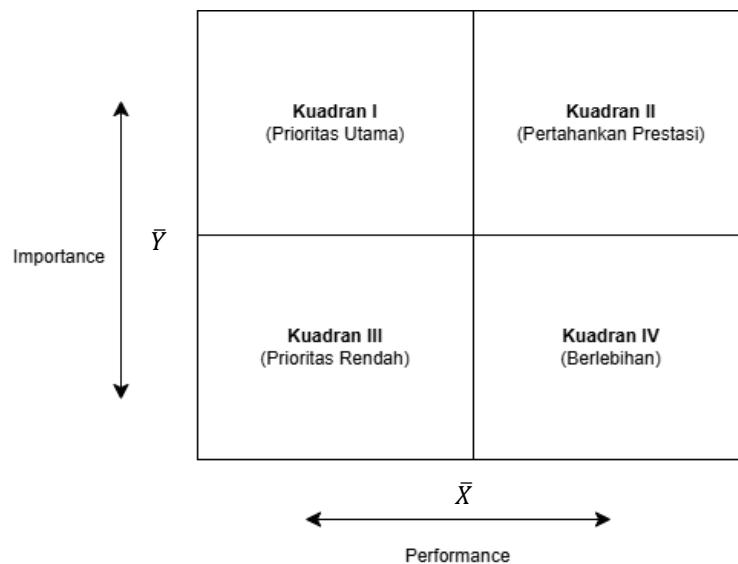
Keterangan :

K = banyaknya atribut

$\sum_{i=1}^n y_i$ = jumlah rat-rata tingkat kepentingan

$\sum_{i=1}^n y_i$ = jumlah rat-rata tingkat kinerja

4. Kemudian setiap atribut akan dijabarkan dengan diagram kartesius, pada penelitian ini dibantu dengan bantuan *software* IBM SPSS versi 26. Atribut beras yang menjadi prioritas akan disajikan dalam diagram kartesius.



Gambar 2. Diagram Kartesius *Importance and Performance Analysis*

Masing-masing kuadran menunjukkan keadaan yang berbeda, yaitu :

1. Kuadran 1 (Prioritas Utama) : Item-item pada wilayah ini menunjukkan tingkat kepentingan yang relatif tinggi akan tetapi kenyataannya belum sesuai dengan harapan pengguna atau konsumen, pada kuadran ini tingkat kinerja harus segera ditingkatkan.
2. Kuadran 2 (Pertahankan Prestasi) : Pada kuadran ini item-item memiliki tingkat kepentingan yang relatif tinggi dengan kepuasan yang relatif tinggi juga. Item pada kuadran ini termasuk faktor penunjang bagi kepuasan pengguna atau konsumen sehingga harus tetap bisa mempertahankannya karena pada item ini produk atau jasa akan unggul di mata pengguna atau konsumen.
3. Kuadran 3 (Prioritas Rendah) : Item-item pada kuadran ini memiliki tingkat kepentingan yang relatif rendah dan kenyataan kinerjanya tidak terlalu istimewa dengan tingkat kepuasan yang relatif rendah. Pada kuadran ini

item yang masuk memberikan pengaruh sangat kecil terhadap manfaat yang dirasakan oleh pengguna atau konsumen.

4. Kuadran 4 (Berlebihan) : Kuadran ini memuat item-item yang memiliki tingkat kepentingan relatif rendah serta dirasakan oleh pengguna atau konsumen terlalu berlebihan dengan tingkat kepuasan yang relatif tinggi. Item yang masuk pada kuadran ini biaya yang digunakan untuk menunjang dapat dikurangi agar dapat menghemat biaya pengeluaran.