

## BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

### 3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan selama dua belas bulan, terhitung mulai bulan Januari sampai dengan bulan Desember 2025. Pemilihan tempat penelitian ini dilaksanakan secara sengaja (*purposive*) di salah satu kebun durian AA Kadu yang berlokasi di Kampung Cibanasih, Desa Cikeusal Kecamatan Tanjungjaya, Kabupaten Tasikmalaya. Pemilihan tempat dilaksanakan di kebun durian Kampung Cibanasih, Desa Cikeusal Kecamatan Tanjungjaya, Kabupaten Tasikmalaya, karena kebun tersebut merupakan kebun durian AA Kadu terluas, dengan luas lahan 20 hektar. Adapun waktu penelitiannya terbagi kedalam beberapa tahap, untuk lebih jelasnya tersaji pada Tabel 2.

Tabel 2 Waktu Penelitian

Kegiatan	Waktu bulan (2025)											
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu	Sep	Okt	Nov	des
Perencanaan dan survey pendahuluan	■	■										
Penulisan usulan penelitian		■	■	■	■							
Seminar usulan Penelitian					■							
Revisi Proposal Usulan Penelitian						■						
Penelitian ke lapangan							■	■				
Penulisan Hasil Penelitian									■			
Seminar Kolokium										■		
Revisi Kolokium											■	
Sidang tesis												■
Revisi tesis												■

### 3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survey*. Metode *survey* merupakan cara untuk mengumpulkan informasi

dari populasi yang besar dengan mengambil sampel yang dapat mewakili dan memenuhi karakteristik yang telah ditentukan. Data dikumpulkan dapat berupa kejadian saat ini atau masa lampau, yang didapat melalui penyebaran kuesioner, tes, wawancara terstruktur dan sebagainya (Sugiyono, 2019).

### 3.3 Teknik Penarikan Sampel

Penentuan jumlah sampel konsumen ditentukan dengan teknik *simple random sampling*. *Simple Random Sampling* adalah teknik yang paling sederhana (simple). Sampel diambil secara acak, tanpa memperhatikan tingkatan yang ada dalam populasi, tiap elemen populasi memiliki peluang yang sama dan diketahui untuk terpilih sebagai subjek. Rumus yang dipakai untuk mengetahui jumlah sampel menggunakan rumus slovin. Dimana total populasi didapatkan berasal dari jumlah total konsumen dalam satu musim terakhir durian di store AA Kadu sebanyak 100 responden. Data tersebut diambil dari store penjualan AA Kadu, musim penjualan buah durian terakhir yaitu akhir tahun 2024 sampai awal tahun 2025, yang tersaji pada tabel dibawah ini.

Tabel 3 Penjualan Buah Durian Musim Terakhir AA Kadu

No	Bulan	Jumlah konsumen	Keterangan
1	November 2024	17	Terdata
2	Desember 2024	1	Tidak terdata
3	Januari 2025	19	Terdata
4	Februari 2025	28	Terdata
5	Maret 2025	19	Terdata
6	April 2025	16	Terdata
Total konsumen		100	

Sumber: Store AA Kadu, 2025

Penentuan Populasi dan Sampel menggunakan rumus Slovin untuk mewakili populasi sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{(1 + N \cdot e^2)}$$

$$n = \frac{100}{(1 + 100 (0.05)^2)}$$

$$n = 80$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

$e$  = tingkat kesalahan (*margin of error*) yang ditoleransi

Sampel pada penelitian ini yaitu sebanyak 80 orang konsumen buah durian yang membeli produk durian AA Kadu di kebun durian AA Kadu, Kampung Cibanasih, Desa Cikeusal Kecamatan Tanjungjaya.

### 3.4 Jenis dan Teknik pengambilan data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

#### a. Data primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari responden, baik itu melalui proses observasi, wawancara atau penyebaran kuisisioner. Pada penelitian ini, pengambilan data menggunakan metode penyebaran kuisisioner. Penyebaran kuisisioner dilakukan secara *online*, karena saat peneliti melakukan pengambilan data saat tidak musim buah durian (kemungkinan pada bulan juli 2025). Kuisisioner *online* disebar kepada setiap konsumen yang sudah pernah melakukan pembelian buah durian di kebun durian AA Kadu. Daftar konsumen sudah terdata di office store AA Kadu, dan penyebaran kuisisioner *online* dilakukan melalui media google form. Alat ukur yang digunakan dalam kuesioner menggunakan skala likert yang terdiri dari 5 tingkatan yaitu: (5) Sangat setuju, (4) Setuju, (3) Netral/Biasa saja (2) Tidak setuju dan (1) Sangat tidak setuju.

#### b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui studi literatur berupa jurnal, situs web, dan buku-buku yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun instansi yang menjadi penunjang dalam penulisan ini yaitu seperti Badan Pusat Statistik (BPS).

### 3.5 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

#### a. Definisi

1. Durian (*Durio zibethinus*) adalah buah tropis yang berasal dari Asia Tenggara. Durian memiliki ciri khas kulit buahnya yang keras dan berduri, serta daging buahnya yang tebal dan lembut. Durian dikenal dengan rasa manis dan aroma yang khas.

2. Konsumen adalah orang yang membeli buah durian AA Kadu.
3. Kepuasan konsumen adalah persepsi pelanggan terhadap produk buah durian AA Kadu sesuai dengan harapannya.
4. Atribut buah durian adalah sesuatu yang melekat pada buah durian AA Kadu dan dijadikan pertimbangan ketika membeli produk tersebut. Atribut-atribut tersebut berupa harga, ukuran, tekstur, aroma, cita rasa, warna, kesegaran, kebersihan, dan jenis durian.
5. Harga adalah nilai tukar suatu barang atau jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter. Harga merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan perusahaan dalam menjalankan bisnis.
6. Ukuran adalah karakteristik fisik yang menggambarkan besar kecilnya buah, yang secara umum dinilai melalui dimensi fisik seperti berat, diameter, dan volume buah.
7. Tekstur adalah kualitas raba atau tampilan permukaan suatu benda yang dapat dilihat atau diraba. Tekstur dapat berupa halus, kasar, keras, lunak, berpori, licin, mengkilap, dan sebagainya.
8. Aroma adalah bau yang berasal dari bahan makanan, minuman, bunga, atau minyak esensial. Aroma dapat dirasakan oleh indera penciuman manusia.
9. Cita rasa adalah sensasi kimiawi yang dirasakan oleh lidah melalui reseptor rasa. Cita rasa meliputi manis, asin, asam dan pahit.
10. Warna adalah kesan yang didapat mata dari pantulan cahaya yang mengenai benda. Warna merupakan bagian dari cahaya yang diteruskan atau dipantulkan.
11. Kesegaran buah adalah kondisi buah yang baik untuk dikonsumsi, dilihat dari kualitasnya. Buah yang segar biasanya tidak memerlukan pengolahan terlebih dahulu.
12. Kebersihan buah adalah kondisi buah yang bersih dari kotoran, debu, bakteri, dan pestisida. Menjaga kebersihan buah penting untuk kesehatan agar terhindar dari penyakit.
13. Jenis buah dapat dibedakan berdasarkan berbagai faktor, seperti asal, bentuk, struktur dinding, dan tingkat kematangannya.

14. Responden adalah seseorang yang melakukan proses pembelian buah durian AA Kadu.
  15. Tingkat kepentingan adalah atribut yang dianggap penting oleh konsumen sehingga mendorong untuk melakukan pembelian buah durian AA Kadu.
  16. Tingkat kinerja mengacu pada seberapa baik buah durian AA Kadu dapat memenuhi harapan konsumen terhadap atribut tersebut.
  17. Atribut Intrinsik adalah karakteristik yang melekat pada buah durian dan tidak dapat diubah tanpa mengubah sifat dasar produk tersebut.
  18. Atribut ekstrinsik adalah atribut yang tidak termasuk pada bagian karakteristik buah durian tetapi berpengaruh terhadap persepsi konsumen.
- b. Operasional Variabel

Tabel 4 Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Atribut	Skala	Skor
Kepuasan	Kepentingan dan kinerja	<b>Atribut Intrinsik</b>		
		Sifat Fisik		
		1. Ukuran	Ordinal	1-5
		2. Tekstur	Ordinal	1-5
		3. Warna	Ordinal	1-5
		4. Jenis Durian	Ordinal	1-5
		Sifat Non Fisik		
		5. Kesegaran	Ordinal	1-5
		6. Kebersihan	Ordinal	1-5
		7. Aroma	Ordinal	1-5
8. Cita Rasa	Ordinal	1-5		
<b>Atribut Ekstrinsik</b>				
9. Harga	Ordinal	1-5		

### 3.6 Kerangka Analisis

Penelitian ini menggunakan analisis CSI (*Customer Satisfaction Index*) digunakan untuk mengidentifikasi masalah pertama, dan analisis IPA (*Importance Performance Analysis*) untuk mengidentifikasi masalah kedua. Alasan digunakannya teknik IPA setelah CSI adalah karena pada analisis IPA terdapat penjelasan atribut mana yang kinerjanya kurang atau kinerjanya baik, sehingga akan ada evaluasi jika kinerjanya kurang untuk mencapai kepuasan konsumen yang lebih baik. Kuisisioner sebelum dibagikan maka harus diuji terlebih dulu dengan validitas dan uji reabilitas. Hasil uji validitas dan uji reabilitas dapat dilihat di dalam lampiran 5.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala likert. Menurut Sugiyono (2019), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapatan, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala likert dapat menjabarkan variabel yang diukur menjadi indikator variabel. Indikator tersebut akan dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner.

Pertanyaan yang dibuat oleh peneliti akan diberikan kepada responden dan diminta untuk memberikan dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 5 Skor Penilaian Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja

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 2006

#### 1. *Customer Satisfaction Index (CSI)*

*Customer Satisfaction Index (CSI)* digunakan untuk mengidentifikasi permasalahan pertama, tujuannya untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan mempertimbangkan tingkat kinerja dan kepentingan atribut-atribut yang dinilai oleh konsumen. Nilai indeks yang dihasilkan dari metode ini menggambarkan seberapa baik kinerja yang diberikan dapat memenuhi harapan pelanggan. Menurut Lerbin & Aritonang, (2005) tahapan-tahapan yang dilakukan sebagai berikut:

##### a. Menentukan *Mean Satisfaction Score (MSS)*

Menentukan Mean Satisfaction Score (MSS) dengan menghitung nilai rata-rata kepuasan berdasarkan kinerja layanan.

$$MSS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n}$$

Keterangan:

MSS = *Mean Satisfaction Score*

n = Jumlah konsumen

Y<sub>i</sub> = Nilai kepentingan atribut Y ke-i

b. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS)

Menentukan Mean Importance Score (MIS) dengan menghitung nilai rata-rata kepentingan setiap atribut dari perspektif konsumen.

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n}$$

Keterangan:

MIS = *Mean Importance Score*

n = Jumlah konsumen

Y<sub>i</sub> = Nilai kepentingan atribut Y ke-i

c. *Wighting Factor* (WF)

Menghitung Weight Factors (WF) dengan menentukan presentasi nilai MSI setiap atribut terhadap total MIS.

$$WF_i = \frac{MIS_i}{total\ MSI} \times 100\%$$

Keterangan:

WF<sub>i</sub> = faktor pembobot tingkat kepentingan (%)

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

Total MIS = total nilai rata-rata tingkat kepentingan

d. *Weighted Score* (WS)

Menghitung Weight Score (WS) dengan mengalikan WF dan MSS untuk setiap atribut.

$$WS_i = Wf_i \times MSS_i$$

Keterangan:

WS<sub>i</sub> = *Weight Score*

MSS<sub>i</sub> = nilai rata-rata tingkat kinerja atribut ke-i

Wf<sub>i</sub> = nilai factor pembobot kepentingan

e. *Weighted Average Total* (WAT)

Menghitung weighted Average Total (WAT) dengan menjumlahkan WS setiap atribut

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

Keterangan:

WAT = hasil pembobotan rata-rata semua atribut

f. *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Menghitung Customer Satisfaction Index (CSI) yaitu dengan 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 persentase 100 persen. Penentuan angka indeks pada kriteria nilai CSI menggunakan rumus 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 skala yang dihasilkan didapat persentasenya, kemudian dikategorikan sesuai dengan kriteria tingkat kepuasan konsumen. Nilai CSI dapat diukur melalui kriteria indeks kepuasan sebagai berikut:

Tabel 6 Tabel Kriteria Interpretasi Skor CSI

No	Nilai index (%)	Kriteria CSI
1	$0 < CSI \leq 20$	Sangat Tidak Puas (STP)
2	$20 < CSI \leq 40$	Tidak Puas (TP)
3	$40 < CSI \leq 60$	Cukup Puas (CP)
4	$60 < CSI \leq 80$	Puas (P)
5	$80 < CSI \leq 100$	Sangat Puas (SP)

Sumber: Lerbin & Aritonang 2005

2. *IPA (Importance Performance Analysis)*

Metode IPA (*Importance Performance Analysis*) adalah metode yang digunakan untuk mengevaluasi kualitas produk dengan membandingkan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari berbagai atribut yang dinilai oleh konsumen. Tujuan dari metode ini yaitu untuk mengidentifikasi atribut mana yang penting bagi



konsumen sehingga diketahui atribut-atribut yang memiliki kinerja rendah dan kinerja yang perlu dipertahankan karena dianggap sesuai dengan harapannya (Syarifullah et al. 2018). Metode IPA terdiri dari analisis kesenjangan dan analisis kuadran. Untuk mengidentifikasi permasalahan kedua pada penelitian ini, tahapan pertama menggunakan analisis kesenjangan, sehingga dapat diketahui tingkat kesenjangan antara kinerja suatu atribut dengan harapan konsumen terhadap atribut tersebut. Dan langkah kedua, menggunakan analisis kuadran sehingga diketahui atribut-atribut yang menjadi prioritas konsumen melalui empat kuadran yang akan diinterpretasikan dalam diagram kartesius.

Berikut ini merupakan tahapan-tahapan dalam analisis *Importance Performance Analisis* (IPA) (Supranto, 2006):

- a. Penentuan tingkat kesesuaian antara kepentingan dan kinerja dari setiap atribut dengan rumus

$$T_{ki} = \frac{x_i}{y_i} \times 100\%$$

Keterangan:

$T_{ki}$  = kesesuaian responden

$X_i$  = bobot penilaian konsumen terhadap kinerja produk

$Y_i$  = bobot penelitian konsumen terhadap kepentingan konsumen

Jika nilai yang diperoleh 80-100%, maka tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari setiap atribut buah durian dikatakan sudah memenuhi harapan konsumen. Sedangkan jika nilai yang diperoleh >100% maka hal tersebut dianggap melebihi dari yang diharapkan konsumen.

- b. Perhitungan rata-rata tingkat kinerja ( $\bar{X}$ ) dan tingkat kepentingan ( $\bar{Y}$ ) untuk setiap atribut yang diteliti secara keseluruhan dengan tujuan untuk mengetahui atribut-atribut yang memuaskan atau tidak memuaskan konsumen secara keseluruhan. Rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

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

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

$n$  = jumlah responden

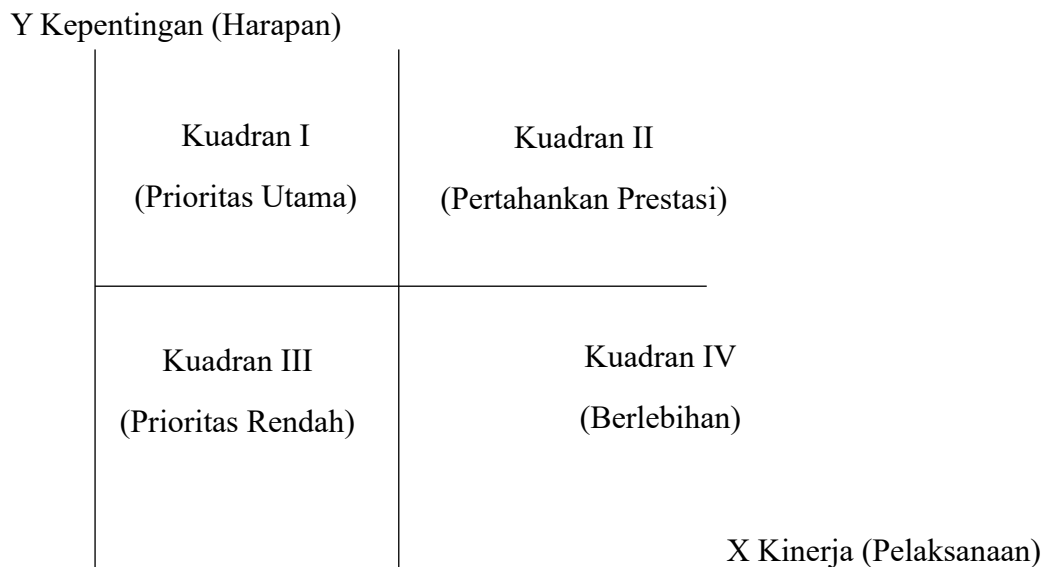
Perhitungan rata-rata tingkat kinerja dan tingkat kepentingan untuk mengisi setiap sumbu, baik sumbu X maupun sumbu Y, dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

K = banyaknya atribut

- c. Dibuat pemetaan menggunakan diagram kartesius untuk melihat aribut-atribut yang telah dikategorikan ke dalam empat kuadran. Hasil yang dikeluarkan dibantu dengan software IBM SPSS.



Gambar 2 Diagram Kartesius

Keterangan:

- 1) Kuadran I, menunjukkan atribut yang dianggap sangat penting oleh konsumen. Tetapi, atribut tersebut belum sesuai keinginan konsumen. Sehingga menimbulkan rasa kecewa dan tidak puas karena tidak sesuai harapan dan produsen buah durian perlu meningkatkan kinerjanya untuk memenuhi harapan konsumen.

- 2) Kuadran II, menunjukkan atribut yang telah sesuai dengan kinerja dan harapan konsumen sehingga merasa puas atau sangat puas ketika kinerja melebihi harapannya. Dalam kuadran ini produsen perlu mempertahankan atributnya.
- 3) Kuadran III, menunjukkan beberapa atribut yang ada pada produk tetapi dianggap kurang penting pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen dan kinerjanya pun kurang memuaskan. Produsen tidak perlu memfokuskan sumber daya (biaya, tenaga, waktu) untuk meningkatkan atribut di kuadran ini. Perbaikan di area ini tidak akan memberi dampak signifikan terhadap peningkatan kepuasan konsumen secara keseluruhan. Sumber daya sebaiknya dialihkan untuk memperbaiki atribut di Kuadran I (Prioritas Utama), yaitu atribut penting namun kinerjanya rendah.
- 4) Kuadran IV, menunjukkan atribut yang dianggap tidak penting dan tidak terlalu diharapkan oleh konsumen tetapi tingkat kinerja atribut tersebut terlalu tinggi atau berlebihan. Sehingga atribut tersebut sebaiknya dikurangi untuk mengurangi biaya dan dialokasikan pada atribut yang mejadi prioritas konsumen.