

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Wangi Daun. Catering, Tahun 2024, sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel di bawah ini.

Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No	Kegiatan	Feb 2024	Mar 2024	Apr 2024	Mei 2024	Juni 2024
1	Observasi Awal					
2	Pengajuan izin penelitian					
3	Pra Survei					
4	Pengumpulan data					
5	Penyusunan Proposal (1-3)					
6	Seminar Proposal					
7	Penyusunan Laporan Akhir					
8	Seminar hasil penelitian					

Sumber: Peneliti 2024

3.2. Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. “Penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang datanya dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik” (Sugiyono, 2020:7). Jenis penelitian ini adalah *explanatory research*, yaitu penelitian yang menyoroti hubungan antara variabel penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan (Sugiyono, 2020:10). Variabel yang diteliti terdapat dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Sebagai variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X_1) dan cita rasa makanan (X_2) sedangkan variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y).

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Sugiyono (2020:80) berpendapat bahwa “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”. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan di Kantin Wangi Daun Catering.

3.3.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2020:46), sampel merupakan sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang relatif sama dan dianggap bisa mewakili populasi. Dalam menentukan sampel diperlukan suatu metode pengambilan sampel yang tepat agar diperoleh sampel yang representatif dan dapat menggambarkan keadaan populasi secara maksimal.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah menggunakan jasa dan membeli makanan Wangi Daun Catering dengan rata-rata pelanggan sebanyak 298 per bulan. Adapun jumlah sampel penelitian ini menggunakan rumus Slovin.

$$n = N / (1 + N \cdot e^2)$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e^2 = Presisi (batas kesalahan yang ditolerir 10% atau 0,1)

$$n = 298 / 1 + (298 \times (0,1)^2) = 74,87 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ responden}$$

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang obyektif dan dapat dijadikan landasan dalam proses analisis, maka diperlukan pengumpulan data dengan metode:

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas dasar pertanyaan

tersebut (Sugiyono, 2020:50). Kuesioner dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh informasi mengenai kualitas pelayanan, dan cita rasa makanan dan kepuasan pelanggan.

2. Observasi

Merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan (Sugiyono, 2020: 50). Teknik ini peneliti gunakan saat peneliti hendak mengetahui tentang perilaku konsumen yang menggunakan jasa Catering Wangi Daun.

3.5. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan aspek penelitian yang memberikan informasi tentang bagaimana cara mengukur variabel, dengan demikian maka peneliti akan mampu mengetahui bagaimana cara melakukan pengukuran terhadap variabel yang dibangun atas dasar sebuah konsep dalam bentuk indikator dalam sebuah kuesioner. Dalam penelitian ini akan digunakan dua jenis variabel yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

3.5.1. Variabel Bebas

Variabel bebas (*independent variable*) atau yang biasa disebut dengan variabel X yaitu variabel yang mempengaruhi variabel terikat (*dependent variable*) atau yang sering disebut dengan variabel Y. Dalam penelitian ini digunakan variabel bebas kualitas pelayanan, dan cita rasa makanan, yang peneliti definisikan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan (X_1)

Kualitas pelayanan adalah ukuran atau tingkat keunggulan dalam cara suatu organisasi atau perusahaan memberikan layanan kepada pelanggannya. Ini mencakup semua aspek interaksi antara pelanggan dan penyedia layanan, mulai dari responsivitas dan keandalan hingga tangibilitas dan empati

- a. Bukti fisik: Tingkat kemudahan dalam mengamati atau mengevaluasi aspek fisik dari pelayanan, seperti keadaan fasilitas, peralatan, atau sarana yang digunakan dalam penyediaan layanan.
- b. Ketanggapan: Kemampuan organisasi atau karyawan dalam merespons dan menanggapi kebutuhan, permintaan, atau keluhan pelanggan dengan cepat dan efisien.

- c. Keandalan: Tingkat konsistensi dan kehandalan pelayanan yang diberikan oleh organisasi, termasuk kepastian waktu, ketepatan, dan kemampuan dalam memenuhi janji kepada pelanggan.
- d. Jaminan: Ketersediaan dan kemampuan organisasi dalam memberikan jaminan atau garansi terhadap kualitas pelayanan, serta penanganan terhadap masalah atau ketidakpuasan pelanggan dengan baik.
- e. Empati: Kemampuan organisasi atau karyawan dalam memahami dan merespons kebutuhan, keinginan, atau perasaan pelanggan secara personal dan individual.

2. Cita Rasa Makanan (X_2)

Cita rasa makanan merujuk pada pengalaman sensorik yang kompleks yang dirasakan oleh konsumen saat mengonsumsi makanan. Ini mencakup elemen-elemen seperti rasa, aroma, tekstur, dan presentasi visual makanan yang secara kolektif memberikan kesan terhadap pengalaman menyantap makanan.

Menurut Smith (2020), Indikator Cita Rasa Makanan

- a. Rasa: Kesesuaian dan keseimbangan rasa yang dihasilkan oleh makanan, termasuk manis, asam, asin, pahit, atau umami.
- b. Aroma: Keunikan dan intensitas aroma yang dihasilkan oleh makanan, yang dapat mempengaruhi pengalaman sensorik secara keseluruhan.
- c. Tekstur: Konsistensi dan tekstur dari makanan, termasuk kelembutan, kekenyalan, atau keroposnya makanan.
- d. Presentasi Visual: Penampilan fisik makanan, termasuk estetika penyajian, variasi warna, dan kreativitas dalam tata letak dan dekorasi hidangan.

3.5.2. Variabel Terikat

Variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain dalam hal ini variabel bebas (*independent variable*).

Kepuasan pelanggan adalah tingkat kepuasan atau kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan setelah menggunakan produk atau layanan suatu perusahaan atau organisasi. Ini mencakup persepsi pelanggan terhadap sejauh mana harapan dan kebutuhan mereka terpenuhi oleh produk atau layanan yang diberikan.

Indikator Kepuasan Pelanggan:

- a. Kualitas Produk atau Layanan: Persepsi pelanggan terhadap kualitas produk atau layanan yang diberikan, termasuk keakuratan, keandalan, dan kepuasan terhadap fitur-fitur atau atributnya.
- b. Responsif: Kemampuan perusahaan atau organisasi dalam merespons permintaan, pertanyaan, atau keluhan pelanggan dengan cepat dan efisien.
- c. Ketersediaan: Ketersediaan produk atau layanan yang memadai sesuai dengan permintaan pelanggan, termasuk ketersediaan stok, waktu pengiriman, atau ketersediaan jadwal layanan.
- d. Hubungan Interpersonal: Kualitas interaksi antara pelanggan dan personel layanan, termasuk keramahan, keramahan, dan tingkat empati yang diperlihatkan oleh karyawan.
- e. Kemudahan Penggunaan: Tingkat kemudahan penggunaan atau aksesibilitas produk atau layanan, termasuk kemudahan navigasi situs web, kejelasan instruksi penggunaan, atau intuitivitas desain produk.

Berikut adalah rangkuman mengenai variabel, definisi variabel, indikator, dan pengukuran atas indikator di atas. Skala pengukuran indikator dalam penelitian ini menggunakan skala likert.

Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel

Nama Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Ukur
Kualitas Pelayanan (X ₁)	Ukuran atau tingkat keunggulan dalam cara suatu perusahaan dalam memberikan layanan kepada pelanggannya.	a. Bukti fisik b. Ketanggapan c. Keandalan d. Jaminan e. Empati	Skala Likert
Cita Rasa Makanan (X ₂)	Pengalaman sensorik yang kompleks yang dirasakan oleh pelanggan saat mengonsumsi makanan	a. Rasa b. Aroma c. Tekstur d. Presentasi sajian	Skala Likert

Nama Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Ukur
Kepuasan Pelanggan (Y)	Tingkat kepuasan atau kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan setelah menggunakan produk atau layanan.	a. Kualitas Produk atau Layanan b. Responsif c. Ketersediaan d. Hubungan Interpersonal e. Kemudahan Penggunaan	Skala Likert

Sumber: Peneliti (2024)

3.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan untuk menjawab rumusan masalah maupun hipotesis penelitian yang telah dirumuskan pada BAB sebelumnya. Data-data yang telah dikumpulkan akan diolah sehingga bisa diambil kesimpulan sesuai dengan jenis uji yang akan digunakan nantinya. Pada akhir kesimpulan itulah nantinya akan diketahui bagaimana pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini.

3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran

Dalam penelitian ini, instrumen penelitian yang digunakan adalah angket atau kuesioner. “Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya” (Sugiyono, 2020:142). Instrumen penelitian ini digunakan untuk memperoleh informasi mengenai variabel kualitas pelayanan (X_1), cita rasa makanan (X_2), dan kepuasan pelanggan (Y). Skala pengukuran yang digunakan yaitu skala Likert yang dibuat dalam bentuk *checklist* (\surd), di mana setiap item terdiri dari kata-kata dan skor, yaitu sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju (Skor 5)
- b. Setuju (Skor 4)
- c. Cukup Setuju (Skor 3)
- d. Kurang Setuju (Skor 2)
- e. Tidak Setuju (Skor 1)

Nantinya, jawaban atas pertanyaan atau pernyataan yang diberikan akan diolah menjadi penjelasan dan kesimpulan.

Masing-masing indikator diukur berdasarkan skala interval dengan rentang 1-5 yang sesuai dengan alternatif jawaban pada instrumen penelitian ini. Kategori rata-rata jawaban responden dapat dihitung menggunakan rumus berikut.

$$\begin{aligned}\text{Interval Angka Penafsiran} &= (\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}) / n \\ &= (5 - 1) / 5 \\ &= 0,80\end{aligned}$$

Dengan menggunakan rumus tersebut, angka penafsiran untuk setiap kategori didapati seperti tabel di bawah ini.

Tabel 3.3. Angka Penafsiran

Rentang	Kategori
1,00 – 1,80	Tidak Setuju
1,81 – 2,60	Kurang Setuju
2,61 – 3,40	Cukup Setuju
3,41 – 4,20	Setuju
4,21 – 5,00	Sangat Setuju

Sumber: Sugiyono (2019)

3.6.2. Persamaan Regresi Linear Berganda

Pada penelitian ini, analisis statistik inferensial digunakan untuk menguji seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan (X_1) dan cita rasa makanan (X_2) secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y). Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. “Analisis regresi linier berganda adalah suatu metode statistik umum yang digunakan untuk meneliti hubungan antara sebuah variabel dependen dengan beberapa variabel independen. Tujuannya adalah menggunakan nilai-nilai variabel independen yang diketahui, untuk meramalkan nilai variabel dependen” (Sugiyono, 2020:79). Perhitungan analisis regresi linier berganda pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan *software SPSS* versi 29.

3.7. Uji Kualitas Data

Uji validitas dan reliabilitas perlu dilakukan untuk mengetahui apakah data instrumen penelitian tersebut memiliki data yang valid dan reliabel, serta layak untuk digunakan.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya kuesioner. Instrumen yang valid merupakan instrumen dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2020:80). Perhitungan ini bertujuan untuk mendapatkan koefisien korelasi (r) yang akan dibandingkan dengan taraf signifikansi 95% atau $\alpha = 5\%$. Uji validitas instrumen dapat dilihat dari tampilan *output Cronbach Alpha* pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* dalam aplikasi *SPSS for Windows*. Item instrumen dikatakan valid apabila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (Ghozali, 2011:53).

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merujuk pada pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (ugiyono, (2020:81). Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ (Ghozali, 2019:159).

3.8. Uji Asumsi Klasik

Merupakan uji yang wajib dilakukan untuk melakukan analisis regresi liner berganda. Uji asumsi klasik yang biasa digunakan dalam sebuah penelitian diantara meliputi: (1) uji normalitas, (2) uji multikolinieritas, (3) uji heteroskedastisitas, (4) uji autokorelasi dan (5) uji linieritas, namun dalam penelitian ini hanya akan digunakan 3 uji asumsi klasik saja yaitu: uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Ghozali (2019:160) mengemukakan bahwa uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal”. Salah satu cara mengecek kenormalitasan adalah dengan plot Probabilitas Normal (Sugiyono, 2020:69). Dengan

plot ini, masing-masing nilai pengamatan dipasangkan dengan nilai harapan pada distribusi normal. Normalitas terpenuhi apabila titik-titik (data) terkumpul di sekitar garis lurus.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2019:105). Multikolinieritas dalam penelitian ini dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Kriteria untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau nilai VIF ≥ 10 .

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa varians variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED (Ghozali, 2019:139). Jika penyebaran nilai-nilai residual terhadap nilai-nilai prediksi tidak membentuk suatu pola tertentu seperti meningkat atau menurun, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Bila nilai-nilai tersebut membentuk suatu pola tertentu, maka terjadi heteroskedastisitas.

3.9. Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Uji F, Koefisien Determinasi, dan Uji Parsial (t) sebagai pengujian hipotesis.

1. Uji secara Simultan (Uji-F)

Uji F bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikatnya. Guna mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau tidak dapat digunakan rumus:

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan :

F_{hitung} = Nilai F yang dihitung

R^2 = Nilai koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah sampel

Sumber: Sugiyono (2020:207)

Namun demikian dalam penelitian ini semua uji hipotesis tidak dilakukan secara manual melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Caranya dengan melihat nilai yang tertera pada kolom F pada tabel Anova hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS tersebut. Guna menguji kebenaran hipotesis pertama digunakan uji F yaitu untuk menguji keberartian regresi secara keseluruhan, dengan rumus hipotesis, sebagai berikut:

$H_0 : \beta_3 = 0$; artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat

$H_1 : \beta_3 \neq 0$; artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F, variansnya dapat diperoleh dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} pada taraf $\alpha = 0,05$ dengan ketentuan:

a. $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa kualitas pelayanan, dan cita rasa makanan secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

b. $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa kualitas pelayanan, dan cita rasa makanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur persentase sumbangan variabel independen yang diteliti terhadap naik turunnya variabel terikat. Koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$) yang berarti bahwa bila $R^2 = 0$ berarti menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, dan bila R^2 mendekati 1 menunjukkan bahwa semakin kuatnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada kolom *Adjusted R Square* pada tabel *Model Summary* hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS.

3. Uji Secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel bebas kualitas pelayanan dan cita rasa makanan terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

$H_0 : \beta_1 = 0$: Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

$H_1 : \beta_1 \neq 0$: Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

$H_0 : \beta_2 = 0$: Tidak ada pengaruh cita rasa makanan terhadap kepuasan pelanggan

$H_1 : \beta_2 \neq 0$: Cita rasa makanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Setelah dilakukan analisis data dan diketahui hasil perhitungannya, maka langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} . Menurut Sugiyono (2020:66), kriteria penerimaan atau penolakan suatu hipotesis dengan taraf signifikansi 5% adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau signifikansi $\leq 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- b. Jika nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.