

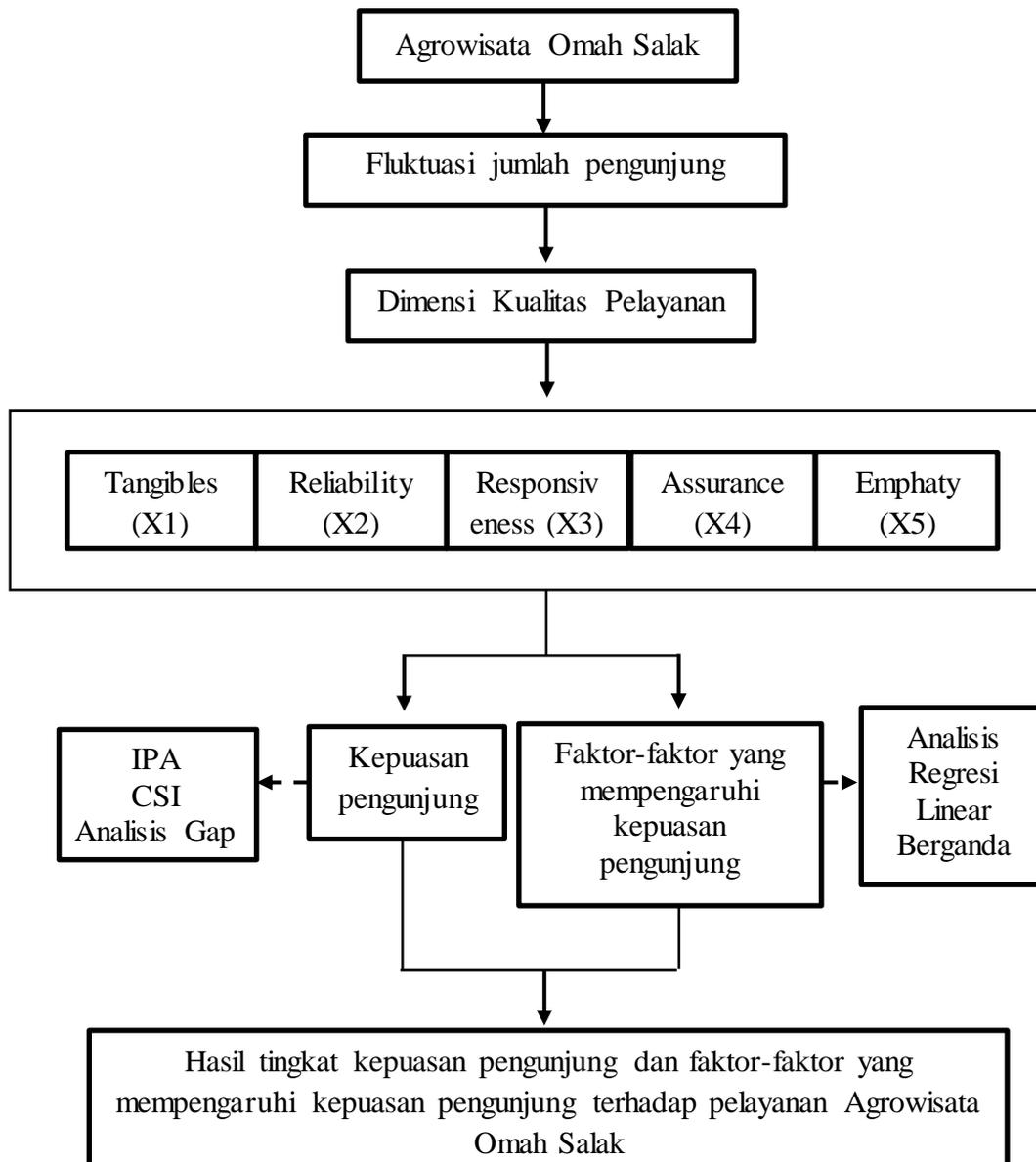
BAB III

METODE PENELITIAN

1.1 Kerangka Penelitian

Agrowisata buah salak dijadikan sebagai wadah untuk rekreasi yang mengedukasi kalangan masyarakat yang hendak berkunjung. Agrowisata Omah Salak kecamatan Turi Kabupaten Sleman mengalami fluktuasi jumlah pengunjung. Permasalahan tersebut perlu dikaji bagaimana tingkat kepuasan pengunjung Agrowisata dan proses pelaksanaannya memperhatikan kualitas pelayanan. Arah yang dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan, tingkat kepentingan kinerja, serta tingkat kesesuaian harapan dan kinerja di analisis menggunakan uji *customer satisfaction index* (CSI), *importance performance analysis* (IPA), dan analisis gap.

Arah yang dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung yaitu menggunakan uji regresi linear berganda, dan uji asumsi klasik. Variabel yang digunakan pada analisis regresi linear berganda yaitu kualitas pelayanan yang meliputi *tangibles* (X_1), *reliability* (X_2), *responsiveness* (X_3), *assurance* (X_4), dan *emphat* (X_5). Variabel terikat penelitian berupa Kepuasan (Y). Berdasarkan pemikiran penelitian yang telah diuraikan diatas dapat disajikan pada Ilustrasi 2:



Ilustrasi 2. Kerangka Penelitian

1.2 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada bulan Desember 2019 – Februari 2020 di Agrowisata Omah Salak Kecamatan Turi Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. Penentuan lokasi penelitian dilakukan dengan menggunakan metode *purposive* atau sengaja disebabkan karena tempat tersebut merupakan salah satu Agrowisata khusus komoditas salak di Kabupaten Sleman dan tempat tersebut cukup tepat untuk penelitian tentang kepuasan pengunjung terhadap Agrowisata Omah Salak.

1.3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode studi kasus, karena lokasi tersebut tidak banyak dijumpai di Kecamatan Turi dan Agrowisata Omah Salak berada dibawah naungan CV. SAS Indomerapi. Pengambilan data dilakukan dengan cara wawancara menggunakan kuesioner. Studi kasus merupakan suatu metode penelitian yang terfokus pada suatu kasus tertentu untuk diamati dan dianalisis dengan cermat dan tuntas (Priyono, 2016).

Metode Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu responden ditentukan oleh peneliti berdasarkan kriteria yaitu pengunjung Agrowisata Omah Salak tidak termasuk *tour guide*, dan berumur 15 tahun keatas. Populasi pada penelitian ini berukuran besar yaitu jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Penentuan sampel dengan jumlah populasi yang tidak dapat diketahui dapat dicari menggunakan rumus wibisono:

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2$$

$$n = \left(\frac{1.96/0.25}{0.05} \right)^2$$

$$n = 96.04$$

= 96,04 orang dibulatkan menjadi 100 orang.

keterangan :

n = Jumlah Sampel

σ = standar deviasi populasi dengan perwakilan $0.5 \times 0.5 = 0.25$

$Z_{\alpha/2}$ = Nilai Z dengan tingkat keyakinan yang dibutuhkan penentuan sampel persen. Pada $\alpha = 5\%$, $Z = 1.96$

e = tingkat kesalahan 5%

Jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 responden sampel.

Jumlah tersebut dianggap sudah representative karena sudah lebih besar dari batas minimal sampel yaitu 30 responden (Widiyanto, 2008).

1.4 Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan diperoleh melalui observasi, studi pustaka, dan wawancara dengan pihak perusahaan dan pengunjung, wawancara dilakukan menggunakan kuesioner yaitu daftar pertanyaan terbuka dan tertutup yang diajukan secara tertulis kepada responden untuk memperoleh jawaban serta informasi yang diperlukan. Studi pustaka merupakan pengumpulan data melalui proses mengkaji

literatur terlebih dahulu seperti jurnal, skripsi, penelitian lain yang terkait dengan penelitian yang akan dilakukan.

Data yang diambil dalam penelitian ini berupa data primer dan data Sekunder. Data primer berupa data yang tersedia langsung di lapangan Agrowisata Omah Salak. Data sekunder diperoleh dari data dokumen perusahaan, pembukuan pengunjung Agrowisata, studi terkait, buku referensi, jurnal, dan data BPS Kabupaten Sleman. Data sekunder diperoleh dari instansi perusahaan dan instansi terkait.

Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala *likert* pada variabel yang diukur kemudian variabel tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun instrumen pernyataan dan pertanyaan. Skala *likert* digunakan untuk mengetahui kesesuaian setuju/tidak dan puas/tidak puas menurut responden terhadap serangkaian pertanyaan yang mengukur suatu objek. Kriteria skala *Likert* yang digunakan yaitu:

1. Jawaban sangat tidak (penting, baik, setuju) skor 1
2. Jawaban tidak (penting, baik, setuju) skor 2
3. Jawaban cukup (penting, baik, setuju) skor 3
4. Jawaban (penting, baik, setuju) skor 4
5. Jawaban sangat (penting, baik, setuju) skor 5

1.5 Metode Analisis Data

Metode analisis data penelitian ini menggunakan *customer satisfaction index* (CSI), gap dan *importance performance analysis* (IPA), digunakan untuk mengetahui kepuasan pengunjung Agrowisata Omah Salak, serta analisis regresi linear berganda untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung Agrowisata Omah Salak. Pengolahan data menggunakan alat bantu yaitu *software* komputer yang terdiri atas *Microsoft Excel 2007*, dan SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 15.0 *for Windows*. Teknis analisis data yaitu dimulai dengan dilakukan uji validitas, reliabilitas untuk menguji kuesioner yang digunakan apakah valid dan data instrumen mampu mengungkap informasi yang sebenarnya di lapangan. Jumlah sampel pada uji validitas dan reliabilitas yaitu sebanyak 30 responden. Pengambilan data dilakukan setelah kuesioner lolos pada uji validitas dan reliabilitas dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data yang diperoleh kemudian ditabulasi lalu dianalisis menggunakan uji CSI, gap, IPA, dan uji regresi linear berganda. Penjelasan lebih rinci mengenai metode yang akan digunakan adalah sebagai berikut :

1.5.1 Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk menentukan apakah setiap variabel yang diukur benar-benar variabel yang hendak diteliti dan mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner (Ghozali, 2012). Uji validitas instrumen dilakukan dengan cara membandingkan r hitung dengan r tabel. Instrumen akan

dinyatakan valid yaitu berkorelasi signifikan terhadap skor total apabila r hitung lebih besar dari r tabel (Sugiyono, 2015).

1.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen yang digunakan dapat dipercaya, konsisten dan mampu mengungkap informasi yang sebenarnya di lapangan. *Construct reability* akan dikatakan reliabel jika memiliki nilai minimal sebesar 0,60 – 0,70 untuk semua indikator atau variabel yang ada. (Ghozali, 2012).

1.5.3 *Importance Performance Analysis (IPA)*

Importance performance analysis (IPA) adalah metode analisis yang digunakan untuk mengukur atribut atau dimensi dari tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja yang diinginkan konsumen (Simamora, 2004). Analisis ini berguna bagi pengembangan strategi pemasaran. Analisis kepuasan konsumen dengan metode IPA memiliki beberapa kelebihan yaitu dapat menunjukkan atribut yang harus dipertahankan, ditingkatkan dan berlebihan untuk menjaga kepuasan konsumen. Hasil yang diperoleh relatif mudah diinterpretasikan dilihat melalui kuadran pada diagram kartesius.

Importance performance analysis ada dua komponen yaitu, analisis kuadran dan analisis kesenjangan (*gap*). Dengan analisis kuadran dapat diketahui respon konsumen terhadap atribut yang diplotkan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja dari atribut tersebut. Analisis kesenjangan (*gap*) digunakan untuk

mengetahui kesenjangan antara kinerja atribut dengan harapan konsumen terhadap atribut tersebut. Tahapan dalam metode *importance performance analysis* (IPA) adalah sebagai berikut:

- 1) Membandingkan skor kinerja dengan skor kepentingan untuk menentukan tingkat kesesuaian antara kepentingan dan kinerja atribut-atribut yang diteliti. Rumus tingkat kesesuaian yang digunakan adalah:

$$T_{ki} = \frac{X_i}{Y_i} 100\%$$

Keterangan :

T_{ki} = tingkat kesesuaian

X_i = skor kinerja

Y_i = skor kepentingan

- 2) Menghitung rata-rata penilaian pada setiap atribut dengan menggunakan rumus :

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

Keterangan :

\bar{X}_i = Skor rata-rata kinerja atribut i

\bar{Y}_i = Skor rata-rata kepentingan atribut i

n = Jumlah responden

- 3) Menentukan batas diagram kartesius yaitu dengan menghitung rata-rata seluruh atribut tingkat kepentingan dan kinerja dengan menggunakan rumus :

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

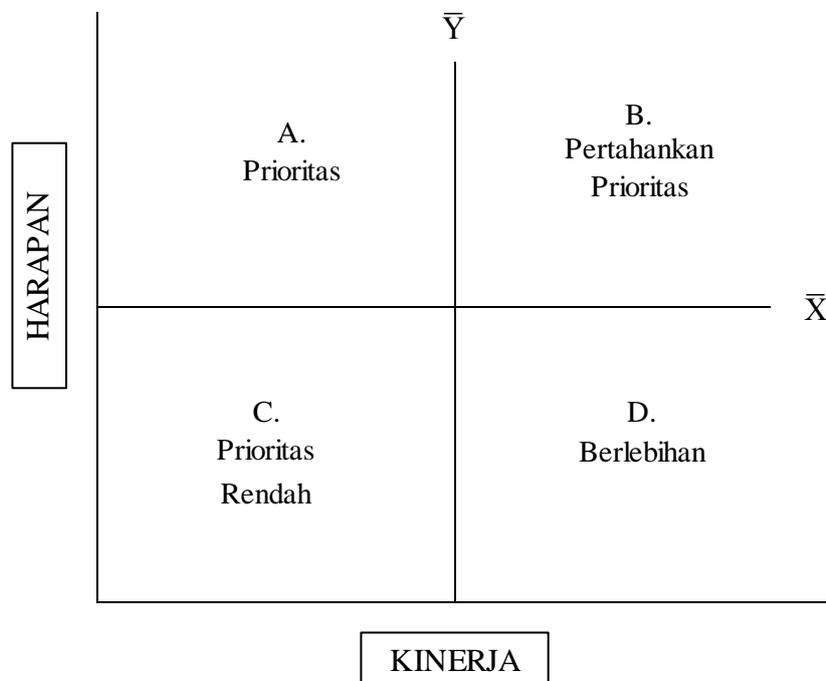
Keterangan :

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

\bar{Y} = rata-rata tingkat kepentingan

k = banyaknya atribut yang dapat mempengaruhi kepuasan pembeli

- 4) Menginterpretasikan masing-masing atribut pada kuadran diagram kartesius seperti pada ilustrasi berikut:



Ilustrasi 3. Diagram Kartesius

Keterangan:

- Y : tingkat harapan konsumen.
- X : tingkat kinerja pelayanan yang diberikan perusahaan.
- \bar{Y} : skor rata-rata seluruh faktor tingkat kepentingan konsumen.

- \bar{X} : skor rata-rata dari seluruh faktor tingkat kinerja pelayanan perusahaan.

Adapun rumus yang dipergunakan untuk menghitung nilai-nilai tersebut adalah sebagai berikut:

$$\bar{X} \text{ atau } \bar{Y} = \frac{(\text{Jumlah Nilai Jawaban masing-masing komponen})}{n}$$

Keterangan : n = Jumlah Responden

Keterangan pemetaan diagram kartesius:

1. Kuadran A : atribut yang berada pada kuadran ini menunjukkan tingkat kepentingannya diatas rata-rata, akan tetapi kurang mendapatkan perhatian dari pihak perusahaan, sehingga konsumen belum puas karena tingkat kinerja masih dibawah rata-rata tingkat harapan konsumen.
2. Kuadran B : atribut yang berada pada kuadran ini menunjukkan tingkat kinerja dianggap konsumen sudah diatas rata-rata, dan dilaksanakan dengan baik oleh pihak perusahaan, sehingga konsumen puas.
3. Kuadran C : atribut yang berada pada kuadran ini menunjukkan bahwa kinerja yang diberikan perusahaan dilakukan dengan pas-pasan dan tidak dianggap sebagai suatu yang penting oleh konsumen
4. Kuadran D : atribut yang berada pada kuadran ini menunjukkan bahwa kinerja yang diberikan perusahaan dilakukan dengan sangat baik, akan tetapi tidak dianggap begitu penting oleh pihak perusahaan.

Jika hasil penelitian berada di kuadran III dan IV, maka perusahaan bisa mengabaikan karena atribut tersebut bisa dianggap kurang atau tidak penting oleh pelanggan.

1.5.4 *Customer Satisfaction Index (CSI).*

Customer satisfaction index merupakan metode selain metode IPA yang digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari atribut-atribut produk serta jasa yang diukur. *Customer satisfaction index* (CSI) memiliki beberapa keunggulan antara lain efisiensi (tidak hanya indeks kepuasan tetapi sekaligus memperoleh informasi yang berhubungan dengan dimensi/atribut yang perlu diperbaiki), mudah digunakan dan sederhana serta menggunakan skala yang memiliki sensitivitas dan reliabilitas cukup tinggi.

Kepuasan pelanggan dihitung menggunakan metode *customer satisfaction index* (CSI), langkah-langkah analisis sebagai berikut (Aritonang, 2005):

- 1) Menghitung *Mean Importance Score* (MIS) tiap atribut.
- 2) Menentukan *Weight Factors* (WF) tiap atribut.

Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per variabel dengan total MIS seluruh variable.

- 3) Menghitung *Mean Satisfaction Score* (MSS) tiap atribut,
- 4) Menentukan *Weight Score* (WS) tiap atribut.

Bobot ini merupakan perkalian WF dengan MSS,

- 5) Terakhir menghitung skor *Customer Satisfaction Index* (CSI).

Interpretasi nilai CSI dilihat berdasarkan Tabel 2.

Tabel 1. *Customer Satisfaction Index Interpretation*

Angka Indeks	Interpretasi
0,81 – 1,00	Sangat Puas
0,66 – 0,80	Puas
0,51 – 0,65	Cukup Puas
0,35 – 0,50	Kurang Puas
0,00 – 0,34	Tidak Puas

Sumber: Sukardi dan Chandrawatisma (2006).

1.5.5 Analisis Gap

Analisis gap merupakan analisis untuk mengetahui selisih antara tingkat kinerja dan tingkat harapan. Nilai gap yang positif mengartikan bahwa atribut telah memenuhi kepuasan pengunjung, sedangkan nilai negatif mengartikan bahwa atribut belum memberikan kepuasan. Namun jika seluruh nilai gap negative, alternative untuk menginterpretasikan yaitu dengan membandingkan nilai mutlak gap dengan rentang skala kriteria tingkat kinerja dan tingkat harapan sebesar 0.8. Jika besarnya nilai mutlak gap kurang dari sama dengan 0.8 maka tingkat kinerja dan tingkat harapan berada pada satu rentang kriteria. Berikut rumus penghitungan gap:

$$\text{GAP} = \text{Kinerja} - \text{Harapan}$$

1.5.6 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan uji yang dilakukan untuk mendapatkan persamaan regresi yang tidak bias. Uji asumsi klasik berupa uji normalitas, multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokolerasi.

1.5.6.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menentukan data yang diambil dari populasi normal atau yang telah dikumpulkan berdistribusi normal. Berdasarkan pengalaman empiris beberapa pakar statistik, data yang banyaknya lebih dari 30 angka ($n > 30$) sudah dapat diasumsikan berdistribusi normal. Biasa dikatakan sebagai sampel besar (Ghozali, 2012). Suatu data dikatakan mengikuti distribusi normal dilihat dari penyebaran data pada sumbu diagonal dari grafik. Data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi dikatakan normal. Model regresi tidak memenuhi normalitas jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal (Ghozali, 2012).

1.5.6.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Variabel bebas yang saling berkorelasi variabel bebas tidak ortogonal yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Multikolonieritas dideteksi apabila nilai *tolerance* < 0.1 , atau sama dengan nilai *VIF* > 10 (Ghozali, 2012).

1.5.6.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Salah satu cara yang digunakan untuk mengetahui adanya

heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik *scatter plot*. Heteroskedastisitas tidak terjadi jika titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu seperti bergelombang, melebar, kemudian menyempit (Ghozali, 2012).

1.5.7 Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Uji ini dilakukan untuk mengetahui arah hubungan dari variabel independen dan dependen, apakah masing-masing variabel independen (X) berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel dependen (Y). Hipotesis tentang analisis pengaruh kualitas wisata, harga, kualitas produk, fasilitas, pelayanan, secara bersama-sama dan secara parsial terhadap kepuasan pengunjung Agrowisata Omah Salak dibuktikan menggunakan model analisis regresi linier berganda:

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + E$$

Keterangan :

- Y = Kepuasan pengunjung
- X1 = *Tangibles*
- X2 = *Reliability*
- X3 = *Responsiveness*
- X4 = *Assurance*
- X5 = *Emphaty*
- E = Variabel pengganggu

- b_0 = Konstanta
- b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 = koefisien tiap-tiap variabel

(Gujarati, 1999)

1.5.8 Uji F (*F-test*)

Uji F (*F-test*) digunakan untuk mengetahui signifikan tidaknya variabel yang mempengaruhi kepuasan pengunjung Agrowisata Omah Salak secara serempak. Makna nilai (*F-test*) diketahui dengan cara membandingkan tingkat signifikansi (sig.F) dengan tingkat signifikansi ($\alpha= 5\%$). Apabila $\text{sig. F} \leq 0.05$ atau apabila $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$, maka hipotesis nol ditolak artinya variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2012).

1.5.9 Uji T (*T-test*)

Uji T (*T-test*) digunakan untuk mengetahui signifikan tidaknya variabel yang mempengaruhi kepuasan pengunjung Agrowisata Omah Salak secara parsial (individu). Makna nilai (*T-test*) diketahui dengan cara membandingkan tingkat signifikansi (sig.T) dengan tingkat signifikansi ($\alpha= 5\%$). Apabila $\text{sig. T} \leq 0.05$ atau apabila $T \text{ hitung} > T \text{ tabel}$, maka hipotesis nol ditolak artinya variabel independent secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent (Ghozali, 2012).

1.5.10 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi dilakukan untuk menganalisa regresi pada tingkat ketepatan paling baik dimana ditunjukkan besarnya koefisien determinasi antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi yang semakin mendekati satu, maka variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) (Ghozali, 2012).

1.6 Batasan Istilah dan Konsep Pengukuran

1. *Importance performance analysis* (IPA) adalah metode analisis yang digunakan untuk mengukur atribut atau dimensi dari tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja yang diinginkan konsumen. Satuan dalam pengukurannya menggunakan skala *Likert* 1-5.
2. *Customer satisfaction index* (CSI) adalah metode yang digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari atribut-atribut produk serta jasa yang diukur. Satuan dalam pengukurannya menggunakan skala *Likert* 1-5.
3. Gap merupakan analisis untuk mengetahui selisih antara tingkat kinerja dan tingkat harapan. Nilai gap yang positif mengartikan bahwa atribut telah memenuhi kepuasan pengunjung, sedangkan nilai negatif mengartikan bahwa atribut belum memberikan kepuasan. Satuan dalam pengukurannya menggunakan skala *Likert* 1-5.

4. Pengukuran analisis CSI, gap dan IPA dilakukan menggunakan instrumen kuesioner pada tingkat kinerja dan tingkat harapan pengunjung.
5. Regresi linear berganda adalah metode analisis untuk mengetahui arah hubungan dari variabel independen dan dependen, apakah masing-masing variabel independen (X) berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel dependen (Y). Satuan dalam pengukurannya menggunakan skala *Likert* 1-5. Pengukuran analisis ini dilakukan menggunakan instrumen kuesioner pada tingkat kinerja dan tingkat kepuasan pengunjung.
6. Kepuasan dalam penelitian ini merupakan kepuasan dari pengunjung setelah berkunjung di Agrowisata Omah Salak. Pertanyaan dimensi ini 4 item (Lampiran 1).
7. Bukti fisik (*Tangibles*), adalah kemampuan perusahaan dalam menunjukkan penampilan fisik seperti fasilitas dan produk kepada pengunjung. Pertanyaan dimensi ini 16 item (Lampiran 1).
8. Keandalan (*Reliability*), kemampuan untuk memberikan jasa sesuai janji yang diberikan secara akurat. Pertanyaan dimensi ini 3 item (Lampiran 1).
9. Daya Tanggap (*Responsiveness*), adalah kemampuan untuk membantu pengunjung memberikan jasa yang cepat dan tepat. Berupa beragam kualitas dan kualitas produk salak yang disediakan oleh Agrowisata Omah salak. Pertanyaan dimensi ini 4 item (Lampiran 1).

10. Jaminan (*Assurance*), adalah kemampuan memberikan jaminan kepercayaan dari pengunjung seperti kesopanan dan pengetahuan. Pertanyaan dimensi ini 4 item (Lampiran 1).
11. Empati (*Emphaty*), adalah kesediaan untuk peduli dan perhatian pribadi bagi pelanggan. Pertanyaan dimensi ini 3 item (Lampiran 1).