

III. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode yang digunakan untuk menganalisis data-data yang diolah sehingga diperoleh gambaran yang jelas mengenai fakta-fakta dan hubungan antar fenomena yang diteliti. Data yang dikumpulkan, mulanya disusun, dijelaskan, kemudian dianalisis. Metode ini digunakan untuk memperoleh gambaran secara mendalam dan obyektif mengenai kepuasan konsumen di Dapur Mpok Duren.

A. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Dapur Mpok Duren Yogyakarta. Penentuan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja dipilih karena Dapur Mpok Duren merupakan salah satu usaha dagang yang banyak di datangi konsumen dari berbagai kalangan dan warga lokal Yogyakarta serta wisatawan yang sedang berwisata ke Yogyakarta maka di nilai layak untuk dijadikan lokasi penelitian.

B. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono, (2011) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek penelitian yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Dapur Mpok Duren Jl. Wahid Hasyim no. 25 Ngabean Yogyakarta.

Teknik pengambilan sampel ini dilakukan dengan menggunakan metode *insidental sampling*, Sampling Insidental adalah teknik penentuan

sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Observasi dan pengambilan data dengan kuesioner dilakukan selama satu minggu dengan melibatkan 30 orang responden.

C. Data dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari konsumen di Dapur Mpok Duren dengan menggunakan observasi, wawancara dan kuesioner. Wawancara ini ditujukan kepada konsumen yang datang ke Dapur Mpok Duren. Tujuan dilakukannya wawancara ini adalah untuk memperoleh info tentang permasalahan yang ada pada subjek penelitian. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari beberapa sumber seperti dokumen Kementerian Pertanian, Badan Pusat Statistik, dan berbagai kepustakaan lainnya seperti penelitian terdahulu.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode angket (kuesioner terstruktur) yang diberikan kepada responden, yaitu responden Dapur Mpok Duren Yogyakarta.

Menurut sugiyono (2011) “angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab”. Kuesioner ini dimaksudkan untuk memperoleh data berupa informasi secara tertulis dan langsung dari responden.

D. Asumsi dan Batasan Masalah

a. Asumsi

1. Konsumen Dapur Mpok Duren yang membeli dan mengkonsumsi sop duren di Dapur Mpok Duren memiliki motivasi dan merasa puas mengkonsumsi sop duren

b. Pembatasan Masalah

1. Penelitian ini dilakukan di Dapur Mpok Duren di Yogyakarta
2. Data responden yang diambil dalam penelitian ini adalah data pada 20-27 Maret 2017.
3. Waktu penelitian dari jam 10.00 WIB – 17.00 WIB

E. Definisi Operasional

2. Karakteristik konsumen meliputi pengetahuan dan pengalaman konsumen, kepribadian konsumen dan karakteristik demografi konsumen. Beberapa karakteristik demografi yang sangat penting untuk memahami konsumen adalah :
 - a. Umur merupakan lamanya keberadaan seseorang diukur dalam satuan waktu.
 - b. Jenis kelamin merupakan perbedaan antara perempuan dan laki-laki secara biologis

- c. Status pernikahan merupakan gambaran hubungan seseorang dengan yang lainnya yang signifikan
 - d. Domisili adalah tempat dimana seseorang tinggal secara resmi.
 - e. Tingkat pendidikan adalah suatu kondisi jenjang pendidikan formal yang dipakai oleh pemerintah serta disahkan oleh departemen pendidikan
 - f. Status pekerjaan adalah jenis kedudukan seseorang dalam pekerjaan di suatu unit/kegiatan.
 - g. Pendapatan jumlah uang yang diterima oleh seseorang dari aktivitasnya.
3. Keputusan pembelian adalah proses final setelah konsumen melakukan perbandingan dan pertimbangan dalam membeli suatu produk. Tahapan dalam pengambilan keputusan dalam pembelian adalah :
- a. Pengenalan kebutuhan adalah kebutuhan yang berasal dari rangsangan eksternal dan internal.
 - b. Pencarian informasi adalah aktivitas termotivasi dari pengetahuan yang tersimpan di dalam ingatan (internal) atau memperoleh dari lingkungan (eksternal).
 - c. Evaluasi alternatif adalah proses pilihan yang dievaluasi dan dipilih untuk memenuhi kebutuhan konsumen.
 - d. Pembelian suatu peristiwa yang dilakukan kedua belah pihak dengan tujuan menukar barang atau jasa dengan menggunakan alat transaksi yang sah.
 - e. Evaluasi pasca pembelian adalah proses menentukan kepuasan atau ketidakpuasan.

4. Restoran adalah usaha komersial yang menyediakan pelayanan jasa makanan dan minuman
5. Konsumen adalah seseorang yang sedang melakukan pembelian sop duren
6. Perilaku Konsumen adalah aktivitas atau tindakan saat konsumen melakukan pencarian, pembelian, dan penggunaan yang meliputi frekuensi jenis durian yang sering dibeli.
7. Kualitas produk adalah adalah tingkat baik atau buruknya suatu produk yang dihasilkan apakah sesuai dengan spesifikasi yang telah ditentukan ataupun kesesuaiannya terhadap kebutuhan.
8. Performance atau Kinerja merupakan Dimensi Kualitas yang berkaitan dengan karakteristik utama suatu produk
9. Features atau Fitur merupakan karakteristik pendukung atau pelengkap dari Karakteristik Utama suatu produk
10. Reliability atau Keandalan adalah Dimensi Kualitas yang berhubungan dengan kemungkinan sebuah produk dapat bekerja secara memuaskan pada waktu dan kondisi tertentu.
11. Durability atau ketahanan ini berkaitan dengan ketahanan suatu produk hingga harus diganti. Durability ini biasanya diukur dengan umur atau waktu daya tahan suatu produk.
12. Aesthetics atau estetika adalah Dimensi kualitas yang berkaitan dengan tampilan, bunyi, rasa maupun bau suatu produk.

13. Kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan setidaknya dapat memenuhi atau melebihi kualitas yang diharapkan.
14. Kepuasan konsumen merupakan perbandingan antara yang dirasakan dengan harapan sebelum barang atau jasa yang dibeli dan dikonsumsi. Jika barang yang dirasakan konsumen sesuai dengan harapan, maka konsumen akan merasa puas.

F. Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Nazir (1999) menyatakan bahwa Analisis Deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuannya adalah membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomenal yang diselidiki. Dalam karakteristik konsumen (usia, pendidikan, pekerjaan, pendapatan perbulan) serta proses keputusan pembelian (pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, proses pembelian, evaluasi hasil) yang dikumpulkan melalui kuesioner dianalisis secara deskriptif dengan analisis deskriptif dipilih karena analisis ini dinilai mampu mendeskripsikan atau menggambarkan karakteristik konsumen serta proses keputusan pembelian yang sedang berlangsung saat penelitian dilaksanakan.

2. Skala Likert

Menurut Sugiyono (2014) Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Data kepuasan konsumen yang diukur skala likert dengan variable kualitas produk (kinerja, keandalan, fitur, ketahan, estetika) dan kualitas pelayanan bukti langsung, keandalan, empati, jaminan, daya tanggap) dengan Kriteria pemberian skor untuk jawaban untuk setiap item sebagai berikut:

Tabel 1. Skala Likert

Skor	Kode	Keterangan
5	SS	Sangat Setuju
4	S	Setuju
3	N	Netral
2	TS	Tidak Setuju
1	STS	Sangat Tidak Setuju

Dari data yang didapat diatas kemudian diolah dengan cara mengkalikan setiap point jawaban dengan bobot yang sudah ditentukan dengan tabel bobot nilai.

- Responden yang menjawab sangat setuju (5) = $X \times 5 = Y$
- Responden yang menjawab setuju (4) = $X \times 4 = Y$
- Responden yang menjawab netral (3) = $X \times 3 = Y$
- Responden yang menjawab tidak setuju (2) = $X \times 2 = Y$
- Responden yang menjawab tidak sangat setuju (1) = $X \times 1 = Y$

Untuk mendapatkan hasil interpretasi, harus diketahui dulu skor tertinggi (X) dan angka terendah (Y) untuk item penilaian dengan rumus sebagai berikut:

Y = Skor tertinggi likert x jumlah responden (Angka Tertinggi 5)

X = Skor terendah likert x jumlah responden (Angka Terendah 1)

$$\text{Rumus Index \%} = \frac{\text{total skor} - \text{skor terendah}}{\text{skor rata-rata tertinggi} - \text{skor terendah}} \times 100$$

Rentang kepuasan konsumen berkisar antara 1-100%. Rentang skala kepuasan konsumen tersebut dihitung menggunakan rumus perhitungan menggunakan skala interval sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Interval} &= \frac{\text{Skor maksimal} - \text{skor minimal}}{\text{jumlah kategori}} \\ &= \frac{100 - 0}{5} = 20\% \end{aligned}$$

Berdasarkan skala interval di atas maka diperoleh skala kepuasan responden sebagai berikut:

Tabel 2. Rank skor kepuasan konsumen

Kategori	Skor
Sangat Tidak Puas	0 % - 20 %
Tidak Puas	20 % - 40 %
Netral	40 - 60 %
Puas	60% - 80 %
Sangat Puas	80 % - 100 %