

BAB III

METODE PELAKSANAAN

A. Jenis dan Rencana Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan korelasional, di mana variabel independennya adalah persepsi terhadap mutu pelayanan makanan, dan variabel dependennya adalah tingkat kepuasan.

2. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian ini menggunakan metode *cross sectional*, yaitu suatu pendekatan yang dilakukan dengan mengumpulkan data pada satu titik waktu tertentu, memberikan gambaran situasi saat itu. Sama seperti yang dijelaskan oleh Sugiono (2013, sebagaimana dikutip dalam Abduh et al., 2023), penelitian *cross sectional* adalah jenis penelitian observasional di mana data diperoleh pada suatu waktu tertentu dari populasi atau sampel tertentu. Metode digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Pendekatan penelitian ini adalah dengan mempelajari korelasi antara faktor risiko dan akibatnya melalui pengumpulan data secara observasional pada satu titik waktu. Seperti yang dijelaskan oleh Notoatmojo (2018, dikutip dalam Abduh et al., 2023), setiap subjek penelitian hanya mengalami satu kali observasi, dan pengukuran variabel atau karakteristiknya dilakukan pada saat observasi berlangsung.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Kantin Poltekkes Kemenkes Malang pada tanggal 29 Mei 2025 – 30 Mei 2025.

C. Populasi, dan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang pernah menjadi konsumen di kantin Poltekkes Kemenkes Malang.

2. Sampel

Pengambilan sampel ini menggunakan metode *Non Probability Sampling*, dengan jenis *Convenience Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kemudahan akses dalam menjangkau responden yang sesuai dengan kriteria penelitian.

Kriteria inklusi dalam penelitian ini meliputi :

- a. Mahasiswa Poltekkes Kemenkes Malang
- b. Pernah makan di kantin Poltekkes Kemenkes Malang
- c. Bersedia menjadi responden dan mengisi kuesioner penelitian dengan lengkap.

Kriteria eksklusi dalam penelitian ini ialah :

- a. Mahasiswa yang saat pengumpulan data sedang cuti akademik atau tidak berada di kampus.
- b. Mahasiswa yang menolak atau tidak bersedia menjadi responden
- c. Responden yang mengembalikan kuesioner dalam keadaan tidak lengkap.

Jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus Morgan dan Krejiele. Perhitungan jumlah sampel adalah sebagai berikut :

$$S = \frac{X^2 \cdot N \cdot P(1 - P)}{d^2(N - 1) + X^2 \cdot P(1 - P)}$$

Dimana :

S = Jumlah sampel

$\Lambda^2 = 5\%$

N = Populasi

P (populasi menyebar normal) = Q = 0,5

d = 0,0

Jumlah pasti populasi konsumen kantin Polkesma tidak diketahui, sehingga estimasi populasi didasarkan pada pendekatan jumlah rata-rata pengunjung harian dari 15 kantin yang ada. Rata-rata jumlah pengunjung kantin Polkesma per hari diperkirakan mencapai 75 orang. Persentase kelonggaran yang digunakan ialah 5 persen. Sehingga perhitungan jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebagai berikut :

$$S = \frac{3,841 \cdot 75 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,05^2(75 - 1) + 3,841 \cdot 0,5(1 - 0,5)}$$

S = 63 responden

Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh total 63 responden yang memenuhi syarat untuk dijadikan sampel penelitian. Namun untuk mempermudah perhitungan maka jumlah

responden dibulatkan menjadi 65 responden. Jumlah tersebut dianggap memadai untuk merepresentasikan populasi, karena menurut Husein Umar (2005), jumlah sampel lebih dari 30 ($n > 30$) dapat dianggap cukup dalam suatu penelitian.

D. Variabel Penelitian

1. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel Independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya pada variabel dependen, dalam penelitian variabel independen harus didefinisikan dengan jelas agar dapat mempengaruhi informasi yang akurat (Wiratna Sujarweni, 2022). Dalam penelitian ini, variabel bebasnya adalah persepsi terhadap kualitas pelayanan.

2. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Menurut Sugiyono (2019, sebagaimana dikutip dalam Setiani & Andini, 2023), variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, atau konsekuen. Variabel ini merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel independen. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah tingkat kepuasan.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan berupa kuesioner yang mencakup persepsi mutu pelayanan makanan dan kepuasan terhadap pelayanan makanan. Adapun kuesioner lengkap dapat dilihat pada Lampiran 8. Kuesioner ini merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data mengenai persepsi dan tingkat kepuasan responden terhadap pelayanan makanan yang diberikan. Instrumen ini dibuat untuk mendapatkan pemahaman tentang kualitas pelayanan makanan dan bagaimana pelayanan tersebut memengaruhi kepuasan penerima layanan. Komponen kuesioner yang pertama mengenai persepsi mutu pelayanan makanan yang meliputi kebersihan higienitas, ketepatan waktu penyajian makanan, kelengkapan dan kecukupan porsi, rasa makanan, sikap dan keramahan penyaji makanan, dan penampilan makanan. Yang kedua kepuasan pelayanan makanan meliputi keseluruhan kepuasan terhadap kualitas makanan dan pelayanan, kesesuaian antara harapan responden dan realitas pelayanan, dan kemungkinan responden merekomendasikan pelayanan kepada orang lain.

F. Metode Pengumpulan Data

1. Jenis Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer diperoleh melalui pengisian kuesioner yang menggali persepsi responden terkait kualitas pelayanan makanan dan tingkat kepuasan terhadap kantin Poltekkes Kemenkes Malang. Data ini dikumpulkan secara langsung dengan menggunakan instrumen yang mencakup berbagai aspek:

- a. Identitas sampel, terdiri dari nama, umur, jenis kelamin, uang saku, program studi, dan jurusan.
- b. Persepsi mutu pelayanan makanan. Meliputi kualitas makanan (kesegaran bahan pangan, cita rasa, dan penampilan makanan), Keamanan dan kebersihan makanan, kecepatan, ketepatan, dan sikap pelayanan, serta kesesuaian harga makanan.
- c. Tingkat kepuasan mahasiswa. Mencakup penilaian terhadap berbagai aspek pelayanan, seperti persepsi keandalan, persepsi responsivitas, persepsi jaminan, persepsi empati, serta persepsi terkait bukti fisik yang langsung terlihat.

2. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode survei sebagai teknik pengumpulan data. Instrumen utama yang digunakan berupa kuesioner yang disebarakan kepada responden. Kuesioner terdiri dari dua bagian, yaitu bagian pertama berisi identitas responden, dan bagian kedua mencakup penilaian terhadap tingkat kepentingan serta tingkat kinerja. Responden dalam penelitian ini dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan dalam teknik pengambilan sampel. Berikut cara pengumpulan data :

- a. Data identitas sampel diperoleh melalui wawancara yang mengacu pada kuesioner.
- b. Data terkait persepsi mutu pelayanan dan tingkat kepuasan dikumpulkan menggunakan metode wawancara dengan panduan kuesioner.

Berikut ialah tahap persiapan dalam pengumpulan data :

- a. Mengidentifikasi tujuan dan sasaran pengumpulan data.
- b. Membuat kuesioner atau panduan wawancara yang sesuai dengan tujuan penelitian.
- c. Menguji kelayakan kuesioner melalui diskusi dengan dosen pembimbing.
- d. Memilih sampel yang sesuai dengan kriteria penelitian.
- e. Menyiapkan kuesioner dalam bentuk lembaran kuesioner.

Berikut tahap pelaksanaan pengumpulan data :

- a. Pengumpulan data dengan cara, wawancara dengan mahasiswa yang berada di kantin Poltekkes Kemenkes Malang berdasarkan kuesioner yang telah disiapkan.
- b. Pencatatan hasil wawancara dengan cara, mendokumentasikan data yang diperoleh secara sistematis dan rapi untuk memudahkan proses analisis data.

G. Pengolahan

Pengolahan data adalah langkah awal dalam mempersiapkan data yang telah dikumpulkan agar siap untuk dianalisis. Pengolahan data dilakukan sebagai berikut :

1. Editing

Menurut Koentjaraningrat dalam Khotimah (2012) editing atau penyuntingan merupakan kegiatan meneliti dan memperbaiki catatan data yang ditemukan dari data yang sudah dikumpulkan dari hasil pengisian kuesioner disunting kelengkapan jawabannya. Pemeriksaan pada daftar pertanyaan yang sudah selesai dilakukan terhadap:

2. Coding

Setelah proses editing selesai, langkah berikutnya adalah pemberian kode pada data. Pengkodean data merupakan kegiatan mengklasifikasikan data dan memberikan kode pada setiap variabel yang dapat dilihat pada Tabel 1. dan Tabel 2..

Tabel 1. Kode Variabel Penelitian Kepentingan

Kode	Kriteria
1	Tidak Penting
2	Kurang Penting
3	Cukup Penting
4	Penting
5	Sangat Penting

Tabel 2. Kode Variabel Penelitian Kinerja

Kode	Kriteria
1	Tidak Puas
2	Kurang Puas
3	Cukup Puas
4	Puas
5	Sangat Puas

3. Entry Data

Proses selanjutnya ialah mengolah data terkait kualitas makanan, kualitas pelayanan, dan persepsi harga dilakukan dengan memindahkan data tersebut ke tabel master menggunakan program komputer SPSS.

4. Cleaning Data

Cleaning data adalah proses penting dalam pengolahan data yang bertujuan untuk memastikan bahwa data yang dianalisis bebas dari kesalahan atau inkonsistensi. Yang meliputi :

- a. Mengidentifikasi data yang hilang (missing data) dan menentukan apakah data tersebut perlu diisi ulang atau dihapus.
- b. Memeriksa kesalahan saat memasukkan data ke dalam tabel master, seperti salah ketik atau angka yang tidak sesuai.
- c. Mengoreksi data yang tidak relevan atau tidak sesuai dengan format variabel.
- d. Mencari dan menghapus data yang tercatat lebih dari satu kali untuk memastikan keunikan setiap entri.
- e. Memeriksa data yang berada di luar rentang nilai yang masuk akal atau logis, seperti nilai yang terlalu tinggi atau terlalu rendah.
- f. Menyamakan format penulisan, seperti tanggal, huruf kapital, atau penggunaan tanda baca, untuk menjaga konsistensi.

H. Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei deskriptif, yang bertujuan untuk mengetahui persepsi mutu pelayanan makanan dan tingkat kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan makanan di kantin Poltekkes Kemenkes Malang. Metode ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang berfokus pada penggambaran fenomena secara sistematis berdasarkan data yang diperoleh dari responden (Abduh et al., 2023). Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner, kemudian dianalisis menggunakan analisis deskriptif dengan menghitung frekuensi, persentase, dan nilai rata-rata pada setiap indikator. Analisis ini memberikan gambaran umum mengenai persepsi dan kepuasan responden terhadap pelayanan makanan, serta menjadi dasar awal dalam melakukan analisis lanjutan seperti analisis kuadran atau Importance Performance Analysis (IPA) untuk merumuskan strategi peningkatan mutu layanan.

2. Importance and Performance Analysis (IPA)

Fokus analisis ini adalah untuk mengetahui keadaan masing-masing variabel faktor kepuasan yang ditinjau dari sudut pandang kepentingan dan kinerja. Diagram kartesius digunakan untuk menganalisis tingkat kepentingan dan kinerja. Untuk memenuhi maksud, huruf Y menunjukkan penilaian kepentingan konsumen dan X menunjukkan penilaian kinerja perusahaan. Untuk memenuhi maksud maka langkah-langkah yang ditempuh adalah sebagai berikut.

- a. Sebagai ukuran kuantitatif untuk tingkat kepentingan menurut persepsi pelanggan dan tingkat kinerja, tanggapan pelanggan terhadap kepuasan ditunjukkan melalui skala likert. Memungkinkan responden untuk menentukan tingkat intensitas perasaan mereka terhadap karakteristik suatu produk dengan menentukan jumlah skor yang mereka dapatkan. Dari setiap variabel yang memiliki huruf X dan Y. Menurut Simmamora (2002), skor ini diperoleh dengan mengalikan bobot dari seluruh frekuensi data. Tabel 4 menunjukkan skala penilaian yang dapat digunakan untuk menunjukkan hasil penilaian tingkat kepentingan dan kinerja masing-masing atribut. Hasil dari perkalian bobot masing-masing skala dengan jumlah responden yang memilih skala tersebut adalah sumber total penilaian ini.
- b. Untuk setiap komponen yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, skor rata-rata tingkat kepentingan (Y) dan skor rata-rata tingkat kinerja (X) diperoleh dengan membagi

jumlah skor dengan banyaknya responden. Dalam penyederhanaan rumus, maka untuk setiap factor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dengan.

$$X = \frac{\sum Xi}{n} \qquad Y = \frac{\sum Yi}{n}$$

Diketahui:

X = Skor Rata-rata tingkat kinerja pada setiap variabel

Y = Skor Rata-rata tingkat kepentingan pada setiap variabel

n = Jumlah Responden (65 orang)

$\sum Xi$ = Total skor tingkat kinerja dari seluruh responden

$\sum Yi$ = Total skor tingkat kepentingan dari seluruh responden

- c. Selanjutnya, diagram kartesius digunakan untuk menganalisis skor rata-rata kinerja dan tingkat kepentingan. Diagram Kartesius Importance and Performance Analysis terdiri dari empat bagian yang dibatasi oleh dua garis yang berpotongan tegak lurus pada titik (X, Y). Titik Y menunjukkan skor rata-rata tingkat kepentingan dan X menunjukkan skor rata-rata tingkat kinerja terhadap semua faktor kepuasan.

3. Customer Satisfaction Index (CSI)

Customer Satisfaction Index, juga dikenal sebagai index kepuasan pelanggan, mengukur seberapa puas pelanggan dengan produk atau jasa yang diberikan, diukur untuk menentukan tujuan dan sasaran yang akan dicapai dalam jangka waktu yang akan datang. Perhitungan *Customer Satisfaction Index*, juga dikenal sebagai indeks kepuasan pelanggan, dibuat dengan membandingkan apa yang diharapkan pelanggan tentang barang atau jasa tertentu dengan apa yang mereka dapatkan atau rasakan tentang barang atau jasa tersebut. Berikut adalah prosedur perhitungan indeks kepuasan pelanggan menurut Aritonang (2005, dalam Syukri, 2014) :

- 1) Menghitung *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS)

MIS adalah rata-rata tingkat kepentingan pelanggan untuk setiap atribut yang dinilai.

Rumusnya:

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

Diketahui:

Yi = Skor kepentingan untuk atribut ke-i

n = Jumlah atribut

Sedangkan, MSS adalah rata-rata tingkat kepuasan pelanggan terhadap setiap atribut.

Rumusnya:

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

Diketahui:

X_i = Skor kepuasan untuk atribut ke- i

2) Menghitung Weighted Factor (WF)

WF adalah persentase kontribusi setiap atribut terhadap total kepentingan seluruh atribut.

Rumusnya:

$$WF = \frac{Y_i}{\sum MIS} \times 100\%$$

3) Menghitung Weight Score (WS)

Nilai weight score (WS) merupakan perkalian antara weight score (WF) dengan mean satisfaction score (MSS), didapatkan dengan rumus :

$$WS = WF \times MSS$$

4) Menghitung Customer Satisfaction Index (CSI)

Customer satisfaction index (CSI) adalah rasio antara total WS dengan skala tertinggi (HS) yang digunakan dalam penelitian, dihitung dengan rumus :

$$CSI = \frac{\sum WS}{HS}$$

Tabel 3. dibawah ini menunjukkan kriteria nilai indeks kepuasan pelanggan (CSI), yang terdiri dari lima kategori tidak puas, kurang puas, cukup puas, puas, dan sangat puas. Adapun kriteria berdasarkan Panduan Survei Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. Kriteria Nilai Customer Satisfaction Index (CSI)

No	Nilai CSI	Kriteria CSI
1	> 0.80	Sangat Puas
2	0.66 - 0.80	Puas
3	0.51 - 0.65	Cukup Puas
4	0.35 - 0.50	Kurang Puas
5	0.00 - 0.34	Tidak Puas

Sumber: Aritonang (2005)

4. Perumusan Strategi Bauran Pemasaran

Berdasarkan hasil analisis CSI dan IPA, dirumuskan strategi pemasaran menggunakan pendekatan bauran pemasaran 7P. Strategi disusun dengan fokus pada atribut-atribut yang masuk ke dalam kuadran I (prioritas utama) dan disesuaikan dengan kondisi aktual serta potensi perbaikan di masing-masing elemen 7P. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas layanan kantin melalui pendekatan pemasaran terpadu. Adapun komponen utama dalam bauran pemasaran 7P adalah sebagai berikut:

a. Produk (Product)

Barang atau jasa yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

b. Harga (Price)

Nilai yang harus dibayar oleh konsumen untuk memperoleh produk.

c. Tempat (Place)

Lokasi atau saluran distribusi produk hingga ke tangan konsumen.

d. Promosi (Promotion)

Kegiatan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen.

e. Orang (People)

Orang-orang yang terlibat dalam proses penjualan atau layanan.

f. Proses (Process)

Prosedur, mekanisme, dan alur aktivitas penyampaian produk atau layanan.

g. Bukti Fisik (Physical Evidence)

Bukti nyata yang mewakili kualitas produk atau layanan, seperti kemasan, ruang, dan tampilan visual.

Adapun tujuan dan fungsi strategi bauran pemasaran, ialah sebagai berikut:

- a. Memadukan elemen-elemen pemasaran untuk menciptakan pengalaman konsumen yang unggul.
- b. Memastikan produk atau jasa mudah ditemukan, diakses, dan diterima pasar sasaran.
- c. Mengoptimalkan daya saing melalui kombinasi harga, promosi, serta peningkatan layanan.
- d. Meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan dengan pengelolaan unsur “7P” secara sinergis.