

## BAB III

### OBJEK DAN METODE PENELITIAN

#### 3.1 Gambaran Umum Perusahaan

##### 3.1.1 Sejarah Pendirian Warung Nasi Rencong

Didirikan oleh H. Udin, Warung Nasi Rencong merupakan sebuah restoran ayam kelas menengah ke bawah yang memposisikan diri sebagai tempat makan. Berdiri sejak tanggal 18 Maret 1995 Warung Nasi Rencong membuka *outlet* pertamanya di Jl. Raya Banjaran Kabupaten Bandung, Indonesia.

Warung Nasi Rencong selalu mengutamakan rasa serta pelayanan yang baik diberikan kepada konsumen, Guruhnya daging ayam serta bumbunya yang khas membuat restoran ini diminati oleh konsumen dari berbagai kalangan. Selain itu harganya yang bersahabat dan rasanya yang enak membuat restoran ayam ini semakin terkenal dan banyak dibicarakan oleh banyak orang.

Warung Nasi Rencong memberanikan diri untuk membuka *outlet* sendiri, dan *outlet* pertama Warung Nasi Rencong berlokasi di Jl. Raya Banjaran No. 253 Kabupaten Bandung. Sukses dengan *Outlet* pertamanya ini kemudian Warung Nasi Rencong kembali membuka *outlet* keduanya di Jl. Laswi No. 583 (Ciparay), Kedua *outlet* tersebut saat ini memiliki omset rata-rata 10 juta dan 8 juta per harinya. Performa dua *outlet* di Kabupaten Bandung yang sangat baik menjadi pendorong bagi Warung Nasi Rencong untuk terus memperluas jangkauan pasar melalui penambahan jumlah *outlet*. Sehingga pada akhirnya di Kabupaten

Bandung kini Warung Nasi Rencong sudah mempunyai 3 *outlet* di lokasi-lokasi strategis yaitu :

1. Jl. Raya Banjaran no 253
2. Jl. Laswi No. 583 (Ciparay)
3. Taman Kopo Indah No. 1, Kopo Permai

Fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh Warung Nasi Rencong meliputi : Fasilitas gazebo, kolam ikan, taman, wastafel, parkir, dan fasilitas tambahan lainnya sesuai dengan *outlet* (contoh: mushola, toilet) karena Warung Nasi Rencong lebih memposisikan sebagai tempat makan untuk anak muda dan keluarga dengan tersedianya taman dan kolam yang cukup luas serta konsumen dapat merasakan suasana pedesaan yang nyaman dan berbeda dengan restoran lainnya.

### **3.1.2 Produk-produk Warung Nasi Rencong**

Adapun varian masakan restoran Warung Nasi Rencong ini yaitu:

1. Ayam Goreng
2. Ayam Bakar
3. Gurame Goreng
4. Gurame Bakar
5. Ati
6. Usus
7. Tahu
8. Tempe
9. Sayur asem dll.

### **3.2 Objek Penelitian**

Objek penelitian adalah harapan konsumen, kemampuan pelayanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan dalam memenuhi keinginan pelanggan dan kebutuhan teknis yang harus dipersiapkan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen.

Sedangkan perusahaan yang menjadi objek penelitian ini adalah restoran Warung Nasi Rencong berada di Kabupaten Bandung yang merupakan industri yang menyediakan masakan ayam dan ikan bakar maupun goreng sebagai menu utamanya dan memberikan pelayanan yang unggul.

### **3.3 Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data secara primer. Untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini digunakan beberapa metode yang tercantum pada pembahasan selanjutnya.

#### **1. Wawancara**

Wawancara yaitu pengumpulan data dengan cara mengadakan tanya jawab secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian guna mendapatkan data dan keterangan yang berlandaskan kepada tujuan penelitian. Wawancara dilakukan untuk menyusun persyaratan dan keinginan konsumen terhadap atribut kualitas pelayanan yang diberikan oleh produsen. Wawancara dilakukan dengan mendatangi pelanggan tetap dan pembeli di restoran, serta menyebarkan kuesioner

awal. Wawancara juga dilakukan dengan pihak perusahaan untuk mendiskusikan kebutuhan teknis yang harus dilakukan untuk menjawab kebutuhan konsumen.

## 2. Observasi

Observasi merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan dan pencatatan secara langsung pada objek penelitian untuk mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penelitian (Gorys Keraf, 2001). Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan dan pencatatan aspek-aspek yang tampak dalam objek penelitian.

Setelah mengidentifikasi kebutuhan konsumen, maka dilakukan penyusunan kuesioner dari hasil wawancara dan penentuan responden untuk menjawab kuesioner.

## 3. Penyebaran Kuesioner

Penyebaran kuesioner yaitu cara pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan pada konsumen dan produsen dan pesaingnya sebagai responden yang akan diteliti untuk diisi. Daftar pertanyaan yang diajukan bertujuan untuk mendapatkan informasi atau keterangan mengenai atribut kualitas pelayanan Warung Nasi Rencong yang mungkin diinginkan oleh konsumen. Sampel yang digunakan berjumlah 30 responden yang terdiri dari konsumen Warung Nasi Rencong, produsen Warung Nasi Rencong dan produsen pesaing yaitu Warung Nasi Simpang.

#### 4. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dari buku-buku, jurnal serta literatur lain yang berhubungan dengan masalah-masalah yang dibahas.

#### 5. Dokumentasi

Merupakan metode yang digunakan untuk mengumpulkan dan mendapatkan sejumlah informasi yang berasal dari data perusahaan yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian ini.

Dalam pengklasifikasian data menurut (Supranto, 2001) terdapat dua jenis terdiri dari:

##### 1. Data primer

Data yang diperoleh langsung dari konsumen atau pelanggan untuk mengetahui keinginan konsumen dan data penilaian terhadap kinerja pelayanan.

##### 2. Data sekunder

Merupakan data yang diperoleh dari luar perusahaan yang ada hubungannya dengan materi penelitian yang meliputi studi pustaka dan disiplin keilmuan yang mendukung serta mempunyai hubungan dengan kasus yang akan diteliti, sehingga kesimpulan yang diperoleh memiliki bobot ilmiah.

### **3.4 Identifikasi Populasi**

Populasi adalah keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang diteliti (Sugiarto, 2001:2). Identifikasi populasi merupakan langkah awal dalam penelitian yang bertujuan untuk mengetahui siapa yang menjadi responden dalam penelitian ini. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah responden yang menikmati pelayanan “Warung Nasi Rencong” dan responden yang menikmati pelayanan di restoran lain sebagai pesaing “Warung Nasi Rencong” yang menjadikan masakan ayam dan ikan bakar maupun goreng sebagai menu utamanya.

### **3.5 Teknik Pengambilan Sampel**

Sampel adalah sebagian anggota dari populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasinya (Sugiarto, 2001:2).

Menurut (Arikunto, 2002 : 12) mengenai ketentuan sampel penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut: bila subjek kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian polulasi, sedangkan jika jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 10 – 15% atau 20 – 25% atau lebih tergantung setidaknya dari:

1. Kemampuan penelitian dilihat dari waktu, tenaga dan dana.
2. Sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subjek, karena hal ini menyangkut banyak sedikitnya dana.

3. Besar kecilnya resiko yang ditanggung oleh peneliti untuk penelitian yang risikonya besar, tentu saja jika sampel besar hasilnya akan lebih baik.

Teknik pengambilan sampel untuk responden dalam penelitian ini adalah random sampling, yaitu suatu teknik mengambil individu untuk sampel dari populasi dengan cara random. Suatu cara disebut random jika tiap-tiap individu dalam populasi diberi kesempatan yang sama untuk ditugaskan menjadi anggota sampel. Namun demikian yang digunakan harus memenuhi karakteristik seperti yang telah ditentukan oleh peneliti.

### **3.6 Penyebaran Kuesioner**

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner terhadap responden yang menikmati pelayanan di “Warung Nasi Rencong” dan responden yang menikmati pelayanan di restoran lain. Kuesioner yang disebarkan terhadap responden ini berisi atribut kualitas pelayanan restoran yang mungkin diinginkan oleh responden.

Penyusunan kuesioner dilakukan melalui dua tahap, yaitu tahap awal dan tahap akhir. Tahap awal merupakan tahap penyusunan kuesioner berdasarkan kebutuhan konsumen yang ada. Teknik pengumpulan data dengan memberikan sejumlah pertanyaan kepada narasumber. Sedangkan daftar pertanyaan yang diberikan adalah dalam bentuk angket pilihan jawaban yang tiap poin angka mempunyai beberapa tingkat arti kepentingan yang berbeda. Untuk menentukan

tingkat konsumen, kuesioner ini menggunakan skala *Likert* yang dimodifikasikan sebagai berikut :

- a. Sangat Tidak Puas (STP) diberi bobot 1
- b. Tidak Puas (TP) diberi bobot 2
- c. Cukup Puas (CP) diberi bobot 3
- d. Puas (P) diberi bobot 4
- e. Sangat Puas (SP) diberi bobot 5

### **3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas**

Dalam penelitian ini rumus yang digunakan untuk mengukur validitas dan reliabilitas sebuah kuesioner yaitu menggunakan program *Statistical Package and Service Solution (SPSS)* versi 20.

#### **3.7.1 Uji Validitas (Uji Kesahihan Butir)**

*Validitas* adalah instrumen yang valid. Artinya, alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan (mengukur) data itu valid. *Valid* berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur dari butir-butir pertanyaan. *Validitas kuesioner* dinyatakan dengan tingkat kemampuan butir-butir pernyataan dalam butir-butir kuesioner. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang diperoleh tidak menyimpang dari gambaran variabel yang dimaksud.

Uji validitas dilakukan dengan cara menguji korelasi antara skor item dengan skor total. Dalam hal ini koefisien korelasi yang tinggi menunjukkan bahwa item-item tersebut dapat mengungkapkan indikator yang akan diukur.

Secara statistik angka korelasi bagi total yang dapat diperoleh harus dibandingkan dengan angka kritis nilai korelasi “Pearson Correlation”. Hal ini dimaksudkan untuk mengukur ada tidaknya signifikan dari nilai korelasi yang didapat. Pengujian dilakukan dengan alat bantu komputer program SPSS versi 20.

*Analisis validitas butir* dilakukan dengan tujuan menguji apakah data atau tiap-tiap pernyataan yang didapat sesuai dengan kondisi populasinya. Langkah-langkah dalam penyusunan instrumen validitas butir adalah :

1. Menghitung skor faktor sebagai jumlah skor butir dari faktor.
2. Menghitung korelasi momen tangkar, dengan skor butir dipandang sebagai nilai X dan skor faktor sebagai nilai total. Nilai Y rumus korelasi tangkar yang digunakan adalah: (Arikunto, 2006)

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - \{(\sum X)(\sum Y)\}}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \cdot \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

$r_{xy}$  = koefisien korelasi antara skor tiap item dengan skor total item

$n$  = jumlah subjek (responden)

$\sum X$  = jumlah X skor (skor butir)

$\sum X^2$  = jumlah skor butir kuadrat

$\sum Y$  = jumlah Y (skor faktor)

$\sum Y^2$  = jumlah skor faktor kuadrat

$\sum XY$  = jumlah perkalian X dan Y

3. Menguji taraf signifikansi korelasi bagian total, yaitu menguji signifikansi  $rpq$  dengan derajat bebas (db) yang digunakan untuk menguji  $rpq$  adalah  $n - 2$ .

4. Menggugurkan butir yang tidak valid, yaitu menggugurkan butir-butir yang tidak memenuhi dua kaidah uji, yaitu korelasi antara butir dan faktor ( $rpq$ ) korelasi harus positif dan peluang ralat  $p$  dari korelasi tersebut maksimal 5%. Sebuah item (pertanyaan) dikatakan valid jika mempunyai dukungan yang kuat terhadap skor total. Jika hasil uji terdapat butir yang gugur, maka dilakukan putaran analisis berikutnya, sampai terdapat butir yang valid.

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan penerjemahan dari kata *reliability* yang berasal dari kata *rely* dan *ability*. Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2001). Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi disebut sebagai pengukuran yang reliabel. Sehingga reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya dan dapat diandalkan. Dapat berarti berapa pun atribut-atribut kuesioner tersebut dinyatakan pada respon yang berlainan maka hasilnya tidak akan menumpang terlalu jauh dari rata-rata jawaban responden. Atau dengan kata lain reliabilitas dapat menunjukkan konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang sama. Uji reliabilitas dinyatakan dengan rumus:

$$\left[ r_{11} = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b} \right]$$

Keterangan :

$r_{11}$  = nilai reliabilitas

$r_b$  = nilai koefisien korelasi

Nilai koefisien reliabilitas yang baik adalah di atas 0,7 (cukup baik), di atas 0,8 (baik).

Pengukuran validitas dan reliabilitas mutlak dilakukan, karena jika instrumen yang digunakan sudah tidak valid dan *reliable* maka dipastikan hasil penelitiannya pun tidak akan valid dan reliabel. Perbedaan antara penelitian yang valid dan reliabel dengan instrument yang valid dan reliabel sebagai berikut : Penelitian yang valid artinya bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Artinya, jika objek berwarna merah, sedangkan data yang terkumpul berwarna putih maka hasil penelitian tidak valid. Sedangkan penelitian yang reliabel bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Kalau dalam objek kemarin berwarna merah, maka sekarang dan besok tetap berwarna merah (Sugiyono, 2007:137).

### **3.8 Teknik Pengolahan dan Analisis Data**

#### **3.8.1 Teknik Pengolahan Data**

Teknik pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menerjemahkan keinginan konsumen dan pelanggan kepada spesifikasi teknik produk jasa dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment*. Analisa data yang digunakan antara lain yaitu dengan :

1. Tahap pengumpulan suara konsumen (*Voice of Customer*)

Pada tahap ini akan dilakukan survey untuk memperoleh suara pelanggan yang tentu membutuhkan waktu dan keterampilan untuk

mendengarkan. Proses QFD membutuhkan data konsumen yang ditulis sebagai atribut-atribut dari suatu produk atau jasa.

Prosedur umum dalam pengumpulan suara konsumen adalah:

- a. Menentukan atribut-atribut yang dipentingkan konsumen (berupa data kualitatif) dan data ini biasanya diperoleh dari wawancara observasi dan penyebaran kuesioner terhadap konsumen.
- b. Mengukur tingkat kepentingan dari atribut-atribut dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas pada SPSS versi 20.

2. Tahap penyusunan rumah kualitas (*House of Quality*)

Langkah-langkah dalam pembuatan rumah kualitas meliputi:

- a. Pembuatan Matrik Kebutuhan Konsumen, tahap ini meliputi:
  - 1) Menentukan konsumen.
  - 2) Mengumpulkan data keinginan dan kebutuhan konsumen.
  - 3) Menyusun keinginan dan kebutuhan konsumen.
- b. Pembuatan Upaya Operasional Perusahaan

Tahap ini merupakan tahap pemunculan karakteristik kualitas pengganti (*Subtitute Quality Characteristic*). Pada tahap ini dilakukan transformasi dari kebutuhan yang bersifat non teknis menjadi data yang bersifat teknis guna memenuhi kebutuhan-kebutuhan konsumen.

- c. Menentukan Hubungan Antara Upaya Operasional Perusahaan dengan Kebutuhan Konsumen.

Tahap ini menentukan seberapa kuat hubungan antara respon teknis dengan kebutuhan konsumen. Hubungan antara keduanya bisa berupa hubungan yang sangat kuat, sedang, lemah.

- d. Korelasi Antara Sesama Upaya Operasional Perusahaan

Tahap ini menggambarkan hubungan dan ketergantungan antar sesama upaya operasional perusahaan. Sehingga dapat dilihat apakah antara satu dengan yang lain saling mempengaruhi.

- e. *Benchmarking* dan penetapan target

Tahap ini dilakukan analisa perbandingan bagi pesaing dengan perusahaan. Sehingga dapat diketahui tingkat persaingan yang terjadi.

- f. Matriks teknis

Tahap ini berisikan hasil akhir dari rumah kualitas, yang mana didalamnya terdapat prioritas apa saja yang harus dilakukan oleh perusahaan. Berdasarkan hubungan antara kebutuhan konsumen dengan upaya operasional perusahaan.

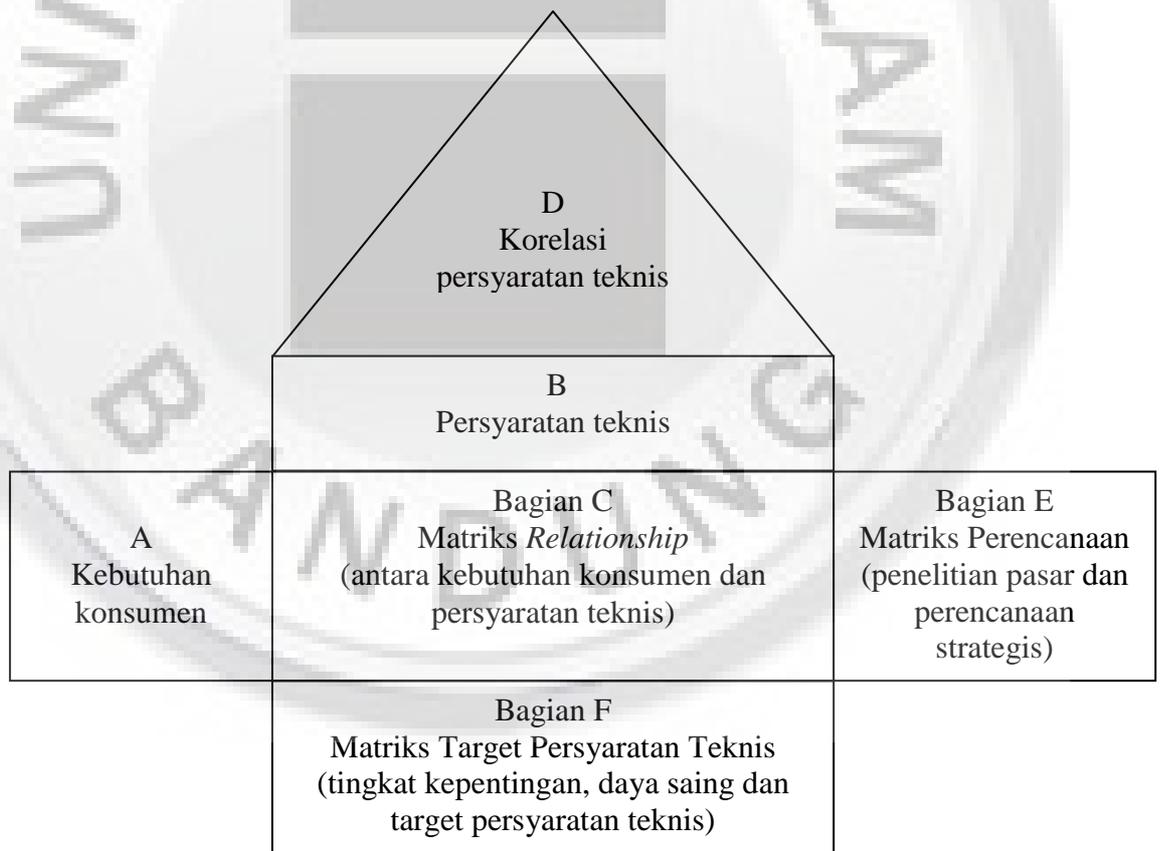
- g. Fase pembahasan

Fase pembahasan merupakan analisis dari tahap-tahap di atas.

### 3.8.2 Analisa Data

Tahap analisis dan interpretasi merupakan tahap teknis dan implementasi *Quality Function Deployment* (QFD). Di sini dilakukan analisis dan interpretasi terhadap rumah kualitas yang sudah disusun pada tahap sebelumnya. Dan bila dilanjutkan pada pembuatan suatu produk/jasa, maka akan dapat dihasilkan produk/jasa yang mempunyai karakteristik yang kuat dalam memenuhi keinginan konsumen.

Berikut adalah algoritma dari model *Quality Function Deployment* yang mengacu pada rumah kualitas seperti gambar berikut.



Sumber: Nasution (2001) dalam Gilang, Agustus 2012

**Gambar 3.1**  
*House Of Quality*

