BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Penelitian menurut Tyrus dalam Atmodjo (2002:1) Penelitian adalah suatu cara untuk memahami sesuatu melalui penyelidikan atau usaha mencari bukti-bukti yang muncul sehubungan dengan masalah itu, yang dilakukan secara hati-hati sekali sehingga diperoleh pemecahannya.

Jenis penelitian yang akan dipakai oleh penulis adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif menurut Kuncoro adalah penelitian yang mengumpulkan data untuk menjawab pertanyaan status terakhir dari subyek penelitian. Tipe paling umum dari penelitian deskriptif ini meliputi penilaian sikap atau pendapat individu, organisasi ataupun prosedur (Kuncoro, 2003;8). Dalam penelitian ini penulis menggunakan data yang didapat dari penjabaran melalui kuesioner.

Penelitian kuantitatif karena melibatkan pengukuran tingkatan suatu ciri tertentu. Untuk menemukan sesuatu dalam pengamatan, pengamat harus mengetahui apa yang menjadi ciri sesuatu itu. Untuk itu pengamat mulai mencatat atau menghitung dari satu, dua, tiga dan seterusnya. Berdasarkan pertimbangan

dangkal demikian, kemudian penulis menyatakan bahwa penelitian kuantitatif mencakup setiap penelitian yang didasarkan atas perhitungan prosentase, rata-rata

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai media penelitian. Tujuan dari penelitian ini untuk menguji teori, membangun fakta, menunjukkan hubungan antar variabel, memberikan deskripsi statistik, menaksir dan meramalkan hasilnya.

3.2. Populasi Dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* yaitu teknik *sampling* dengan cara pengambilan sampel secara random, setiap unit populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk diambil sebagai sampel (Sugiyono, 2006:101) Faktor pemilihan atau penunjukan sampel yang mana akan diambil, yang semata-mata atas pertimbangan penulis.

Peneliti hanya memberikan kuesioner kepada subjek yang sesuai dengan karakteristik penelitian dan bersedia mengikuti penelitian ini. Menurut Roscoe dalam Sugiyono (2006:101) ukuran sampel yang layak digunakan dalam penelitian adalah antara 30 – 500. Dalam penelitian ini penulis akan menyebarkan 50 kuesioner kepada sebagian orang yang berada di kawasan Surabaya Barat dan Surabaya Timur.

3.3. Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. **Inovasi *Employee uniform***, disimbolkan dengan (X_1) sebagai variabel independen pertama.

   Service, disimbolkan dengan (X_2) sebagai variabel *independen* kedua.

b. **Citra perusahaan**, disimbolkan dengan (Y) sebagai variabel *dependen.*

Berikut adalah definisi operasional tiap variabel:

a. **Inovasi *Employee uniform* (X1)** : merujuk pada hubungan antara harapan awal mengenai karyawan dan penampilan fisiknya. Penerapan inovasi *employee uniform* dapat diterapkan melalui penelitian dengan aspek-aspek sebagai berikut :

   Kriteria seragam karyawan diharapan dapat mengandung identitas, menarik, mengenang, unik (Wathan, 2009:138), *Body fit*, bersih, Harmonis (enak dilihat), Simpel assesoris, Segmentasi (elegan, *funny, colourful*, *fungky* dan sebagainya), *Up to date*. Untuk penjelasannya:

   1). Memperkuat identitas : pengukuran seragam dengan memiliki suatu ciri khas.

   2). Menarik : bagus, memiliki daya tarik.

   3). Mengenang : tidak lepas dari ingatan.

4). Unik : penyajian sesuatu yang berbeda

5). Body fit : pas sesuai ukuran tubuh, tidak kebesaran, tidak kekecilan

6). Bersih : dengan maksud tidak lusuh

7). Harmonis (enak dilihat): sedap dipandang mata,warna sesuai dengan konsep

8). Simpel asesoris *:* penambahan sedikit asesoris pada pemakaian yang sesuai dengan seragam, yang penting tidak berlebihan dan harganya murah

9). Segmentasi: Penentuan elemen yang dimiliki oleh perusahaan/restaurant dengan kesesuaian target misalnya: (menengah atas, bawah)

10). Up to date : dapat dipakai sepanjang masa

b. **Service/ layanan(X2)** : adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak (perusahaan) kepada pihak lain (pelanggan) yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu (Diputra, 2007:11).

Service dalam penelitian ini menggunakan beberapa gabungan unsur pokok dari pelayanan prima yaitu : Barata (2004:31) dan Tjiptono (2002:58).

1). Sikap (*attitude*) : Sikap secara nyata menunjukkan konotasi adanya kesesuaian reaksi terhadap stimulus tertentu yang dalam

kehidupan sehari-hari merupakan reaksi yang bersifat emosional terhada stimulus sosial.

2). Penampilan (*appearance*) : Lewat rias wajah dan pakaian yang disesuaikan dengan karakter yang diinginkan, seseorang bisa membangun kepribadian yang rapi, bersih, elegan ataupun trendi. Demikian pula dengan kesehatan dan kebersihan mulut, wajah serta tubuh secara keseluruhan.

3). Perhatian (*attention*) : Sama halnya dengan daya tanggap para staf untuk membantu para konsumen dalam memberikan pelayanan.

4). Kecepatan : kecepatan kerja para karyawan dalam memberikan layanan, sebagai contoh dalam hal menyajikan makanan.

5). Ketepatan : tepat dalam maksud sesuai, contohnya dalam hal menulis oderan

6). Keramahan : adalah sikap murah hati yang ditunjuki kepada lingkungan sekitar. Dalam hal ini para karyawan diharapkan selalu ramah dan tersenyum pada konsumen

7). Additional things : penambahan layanan dengan memberikan permen gratis setalah makan, dan minuman gratis sebelum makan

8). Remember : diharapkan sedapat mungkin nama pelanggan yang setia selalu diingat

9). Help : membantu pelanggan dengan membuka pintu, membuka kursi, mencari tempat duduk

10). Greet : diharapkan untuk dapat menyapa kepada customer

c. **Citra perusahaan (Y)** : adalah kesanggupan konsumen untuk mengenali atau mengingat kembali, bahwa suatu citra merupakan bagian dari kategori merek produk tertentu, atau dengan perkataan lain adalah seberapa kuat suatu merek tertanam dalam benak / ingatan konsumen (Ahmad, 2010:3).

Menurut Aaker (1991:16) yang diperkuat oleh Kotler dan Keller (2006 ; 261), Ekuitas merek akan semakin tinggi seiring dengan semakin tingginya dimensi-dimensi dari citra perusahaan itu sendiri, dalam penelitian ini pengukuran citra berdasarkan:

1). Reputation: Hal yang telah dilakukan perusahaan dan diyakini publik berdasarkan pengalaman sendiri

2). Corporate identity: Komponen–komponen yang mempermudah pengenalan publik, seperti logo dan tampilan

3.4. Instrumen penelitian

Teknik pengambilan dalam penulisan ini yaitu data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada berbagai responden. Menurut (Sugiyono, 2006:129) data primer adalah data yang diperoleh dengan survei lapangan yang menggunakan metode semua pengumpulan data. Dalam penelitian ini penulisan mendapatkan data primer dari hasil jawaban atas kuesioner. Dan data sekunder menurut (Sugiyono,2006:129) sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data misalnya teori-teori penunjang, data dari bahan pustaka, referensi, dokumenter.

3.5. Prosedur Pengambilan Data

1. Metode pengambilan data dengan cara membagikan kuesioner kepada sejumlah responden di mana saja, khususnya yang pernah menjadi konsumen di Calvados *Cafe dan restaurant*.
2. Dokumenter dengan cara melakukan pencatatan dari dokumen yang ada di perusahaan yang mencangkup data mengenai profil perusahaan
3. Kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala Likert merupakan jenis skala yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian (fenomena sosial spesifik), seperti sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang. Variabel penelitian yang diukur dengan skala likert ini, dijabarkan menjadi indikator variabel yang kemudian dijadikan titik tolak penyusunan item-item instrumen, bisa berbentuk pertanyaan atau pernyataan (Hasan,

2002:72). Jawaban setiap item instrumen ini memiliki gradasi dari tinggi (sangat positif) sampai terendah (sangat negatif). Dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala yang akan dinyatakan dengan 1-4. Untuk pernyataan variabel X1 dan Y ,dimana:

1 = Sangat tidak setuju

2 = Tidak setuju

3 = Setuju

4 = Sangat setuju

Untuk pernyataan variabel X2, di dalam kuesioner menggunakan:

1. = Tidak penting
2. = Cukup penting
3. = Penting
4. = Sangat penting

3.6. Teknik Analisis Data

Teknik yang diperoleh dalam penelitian ini, akan diolah dengan cara sebagai berikut.

1. Berupa analisa deskriptif ditujukan untuk mengetahui tentang pendapat para masyarakat luas dan karyawan Calvados mengenai penerapan inovasi seragam karyawan dengan tampilan lux dan *service* maksimal. Data ini diperoleh dari hasil kuesioner sehingga dapat diambil kesimpulan.

2. Perhitunggan penelitian ini menghasilkan data ordinal. Data ordinal yaitu Data yang berupa angka, misalnya ada sekian responden yang setuju, sekian responden yang tidak setuju dan sebagainya
3. Variabel tergantung (Y) adalah variabel yang menjadi perhatian utama dalam sebuah pengamatan. Penulis akan dapat memprediksikan ataupun menerangkan variabel dalam variabel tergantung beserta perubahannya yang terjadi kemudian Variabel bebas (X) adalah unit atau ukuran yang diubah dalam suatu pengamatan. Dalam hubungan sebab-akibat, variabel terikat berperan sebagai sebab sementara variabel bebas adalah akibat (Kuncoro, 2003:42).

1. Uji Validitas

Uji validitas yang digunakan untuk mengukur relevan tidaknya pengukuran dan pengamatan yang dilakukan dalam penelitian (Setyawan, 2007:24).Pada pengujian validitas kuesioner dilakukan dengan uji korelasi antara *skor* (nilai) tiap-tiap item pertanyaan terhadap skor total seluruh pertanyaan dengan menggunakan teknik *correlation product moment* dan dibantu oleh teknik SPSS.

Correlation product moment dengan rumus:

$$Rxy = \frac{N\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{(\Sigma X^2 - \Sigma X^2)(N\Sigma Y^2 - Y^2)}}$$

Keterangan:

Rxy = Korelasi Product Moment

N = jumlah subyek uji coba

Σx = Jumlah skor butir (x)

Σy = Jumlah skor variable

Σxy = jumlah skor butir (x) dan (y)

Dikatakan valid jika nilai r tiap pernyataan > 0,30 (r tabel) dan jika tidak valid apabila nilai r < 0,30. Uji validasi ini dilakukan dengan menggunakan alat program SPSS For Window (Arikunto, 2006:253).

2. Uji realibilitas

Uji reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat di percaya yang digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 2006:144)

Variabel dikatakan dikatakan reliabel jika nilai r minimal 0,60 dan jika tidak reliabel apabila nilai r > 0,60 atau yang dikatakan reliabel jika r alpha > r tabel dan dikatakan tidak reliabel jika r alphanya < r tabel. Untuk memperoleh alat ukur yang valid, butir pertanyaan yang nilai r alphanya < r tabel, perlu diganti atau diperbaiki atau bahkan dihilangkan. Sehingga

diharapkan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian dengan tingkat validitas yang memadai. Hasil uji reliabilitas menunjukan nilai r alpha = 0,7556 atau lebih dari 0,60 maka instrumen dikatakan reliabel.

3. Uji analisis koefisien korelasi (r), digunakan untuk mengetahui tingkat hubungan antara kedua variabel (Arikunto, 2006:75).
4. Uji Regresi untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel X dan Y (Arikunto, 2006:30).
5. Uji t digunakan untuk uji hipotesa yang bersifat terpisah (parsial), yaitu antara X1 dengan Y, X2 dengan Y (Rakhmat, 2005:12).
6. Uji F digunakan untuk uji hipotesa yang bersifat bersama-sama (simultan) (Rakhmat, 2005:12).
7. Regresi ganda digunakan untuk analisis regresi (setelah korelasi) dengan jumlah variabel independen lebih dari satu dengan satu variabel dependen (Rakhmat, 2005:12).

Semua menggunakan teknik SPSS. SPSS merupakan program yang berguna untuk menganalisis data statistik. SPSS dapat digunakan untuk hampir seluruh file data dan sekaligus membuat laporan dalam bentuk tabulasi, grafik dan plot, untuk berbagai distribusi maupun statistik deskriptif (Setiaji, 2004:20).

UNIVERSITAS CIPUTRA

8. Proses pengolahan data dengan beberapa langkah yaitu :

   a. *Checking* data : dicek apakah pengisiannya telah lengkap sesuai dengan petunjuk pengisisan instrumen. Bila ada yang kurang harus dilengkapi, sehingga seluruh item instrumen telah diisi dengan betul.
   b. *Editing* data : Data yang telah dicek lengkap tidaknya, perlu diedit yaitu dibaca sekali lagi dan diperbaiki, bila ada jawaban item yang kurang jelas atau meragukan.
   c. *Coding* data : *Coding* yaitu mengubah data menjadi kode-kode yang dapat dimanipulasi dengan prosedur analisis statistik tertentu. Oleh karena itu, pemberian kode pada jawaban-jawaban sangat penting untuk memudahkan proses analisis data.
   d. *Tabulating* data : menyusun data dalam tabel-tabel yang mudah dibaca dan tabel tersebut disiapkan untuk dianalisis.

Dalam penelitian ini hasil perhitungan kuesioner akan dimasukan ke dalam tabel *kontingensi*/tabulasi silang, untuk mempermudah penghitungan.

CREATING WORLD CLASS ENTREPRENEUR
UNIVERSITAS CIPUTRA