BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Restoran BMC (*Bandoengsche Melk Centrale)* Bandung dengan judul " Analisis Pelaksanaan Bauran Pemasaran Jasa Pada Restoran BMC (*Bandoengsche Melk Centrale)* Bandung. "

Alat utama untuk pengukuran analisis pelaksanaan bauran pemasaran jasa ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang telah diisi oleh konsumen kemudian ditetapkan melalui sebuah nilai (skor).

3.2 Metode Penelitian

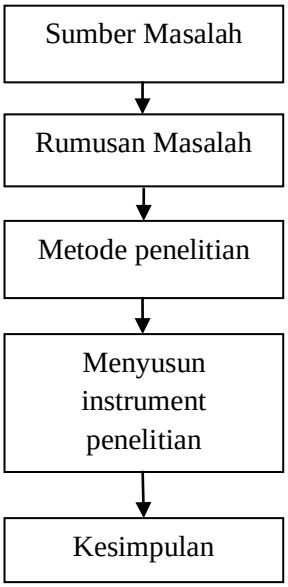
Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif. Menurut Sugiyono (2005:21) "penelitian deskripif adalah jenis penelitian yang mengambarkan apa yang di lakukan oleh perusahaan berdasarkan fakta-fakta yang ada untuk selanjutnya diolah menjadi data". Data tersebut kemudian di analisis untuk memperoleh kesimpulan, dalam penelitian deskriptif digunakan untuk mengambarkan mengenai Analisis Pelaksanaan Bauran Pemasaran Jasa Pada Restoran BMC (*Bandoengsche Melk Centrale)* Bandung.

3.2.1 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan rancangan penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam melakukan proses penelitian. Desain penelitian akan berguna bagi

semua pihak yang terlibat dalam proses penelitian. Penelitian digunakan sebagai alat untuk mencari penyebab dari ketidaktahuan. Penelitian yang baik harus memenuhi syarat–syarat penelitian ilmiah yang ditujukan dengan bagaimana kepatuhan penelitian terhadap metode ilmiah atau *scientific method* yang memiliki pengertian penggunaan cara-cara yang telah ditetapkan sebelumnya dalam memprediksikan kejadian yang belum diketahui.

Menurut Sugiyono (2008:13) proses penelitian dapat disimpulkan seperti teori sebagai berikut:



Gambar 3.1

Desain Penelitian

Berdasarkan proses penelitian yang dijelaskan di atas, maka desain pada penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Sumber Masalah

   Peneliti melakukan survey awal untuk menentukan fenomena yang terjadi untuk dijadikan sebagai sumber masalah sebagai dasar penelitian. Fenomena dalam penelitian ini, seiring perkembangan bisnis jasa restoran khususnya di kota Bandung pusat bisnis dan kuliner, semakin meningkatkan persaingan di antara restoran-restoran tersebut. Begitupun dengan restoran BMC (*Bandoengsche Melk Centrale*) Bandung yang sudah lama berdiri pada kenyataannya hanya terpaku kepada konsumen-konsumen terdahulu dan hanya sedikit konsumen-konsumen baru yang menjadi pelanggan BMC (*Bandoengsche Melk Centrale*) dan disini terlihat stategi bauran pemasaran yang berjalan kurang efektif dalam meningkatkan konsumen restoran BMC (*Bandoengsche Melk Centrale*).

2. Rumusan masalah

   Merupakan suatu pertanyaan yang akan dicari jawabannya melalui pengumpulan data. Proses penemuan masalah merupakan tahap penelitian yang paling sulit karena tujuan penelitian ini adalah menjawab masalah penelitian sehingga suatu penelitian tidak dapat dilakukan dengan baik jika masalahnya tidak dirumuskan secara jelas. Masalah dalam penelitian ini meliputi :

   - Bagaimana tanggapan responden terhadap pelaksanaan bauran pemasaran jasa pada Restoran BMC (*Bandoengsche Melk Centrale*) Bandung.

3. Metode Penelitian

   Peneliti dapat memilih metode penelitian yang sesuai, pertimbangan ideal untuk memilih metode itu adalah tingkat ketelitian data yang diharapkan dan konsisten yang dikehendaki. Sedangkan pertimbangan praktis adalah tersedianya dana, waktu, dan kemudahan yang lain. Pada penelitian kali ini metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan teknik analisis data menggunakan metode analisis kualitatif.

4. Menyusun Instrumen Penelitian

   Setelah metode penelitian yang sesuai dipilih, maka peneliti dapat menyusun instrumen penelitian. Instrumen ini digunakan sebagai alat pengumpul data. Instrumen pada penelitian ini berbentuk kuesioner dan data dari perusahaan terkait. Setelah data terkumpul maka selanjutnya dianalisis untuk menjawab rumusan masalah. Selanjutnya peneliti menganalisis dan mengambil sampel untuk melakukan penelitian mengenai: Analisis Pelaksanaan Bauran Pemasaran Jasa yang diperoleh dari data kuesioner yang akan diisi oleh konsumen Restoran BMC (*Bandoengsche Melk Centrale*) Bandung.

5. Kesimpulan

   Kesimpulan adalah langkah terakhir dari suatu periode penelitian yang berupa jawaban terhadap rumusan masalah. Dengan menekankan pada pemecahan masalah berupa informasi mengenai solusi masalah yang bermanfaat sebagai dasar untuk pembuatan keputusan.

3.2.2 Operasional Variabel Penelitian

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal karena skala ordinal tidak memiliki angka absolute (angka nol), tidak memiliki interval data yang sama dan angka – angka yang ada dalam penomoran tersebut hanyalah menunjukan tingkat saja, dan lebih sederhana hanya mengelompokkan. Adapun konsep operasional dari masing – masing variabel dalam penelitian dapat diuraikan dalam tabel berikut :

Tabel 3.1

Operasional Variabel Penelitian

VARIABEL	KONSEP VARIABEL	INDIKATOR	SATUAN UKUR	SKALA
Bauran Pemasaran Jasa	Elemen-elemen organisasi perusahaan yang dapat dikontrol oleh perusahaan dalam melakukan komunikasi dengan konsumen dan akan dipakai untuk memuaskan konsumen. **Ratih Hurriyati (2008:47)**	1.*Product* (Produk) -Kualitas rasa -Keragaman jenis masakan -Keragaman jenis minuman	-Tingkat kualitas rasa -Tingkat keragaman jenis masakan -Tingkat keragaman jenis minuman	Ordinal
		2.*Price* (Harga) -Harga masakan -Harga minuman -Kesesuaian harga	-Tingkat harga masakan -Tingkat harga minuman -Tingkat kesesusian harga	Ordinal
		3.*Promotion* (Promosi**)** -Perhatian	-Tingkat perhatian	

		-Minat -Keinginan -Tindakan	-Tingkat minat -Tingkat keinginan -Tingkat tindakan	Ordinal
		4.*Place* (Tempat) -Lokasi strategis -Lokasi mudah di jangkau	-Tingkat lokasi starategis -Tingkat lokasi mudah dijangkau	Ordinal
		5.*People* (Orang) -Kerapihan karyawan -Keramahan karyawan -Kemapuan karyawan	-Tingkat kerapihan karyawan -Tingkat keramahan karyawan -Tingkat kemampuan karyawan	Ordinal
		6.*Process* (Proses) -Ketepatan waktu dalam melayani pesanaan -Kemudahan pemberian informasi -Kecepatan waktu dalam melayani konsumen	-Tingkat ketepatan waktu dalam melayani pesanaan -Tingkat Kemudahan pemberian informasi -Tingkat kecepatan waktu dalam melayani konsumen	Ordinal

		7.*Physical Evidence* (Bukti Fisik) -Design eksterior -Design interior -Kebersihan toilet -Keluasan lahan parkir	-Tingkat design eksterior -Tingkat design interior -Tingkat kebersihan toilet -Tingkat keluasan lahan parkir	Ordinal

3.2.3 Metode Penarikan Sampel

3.2.3.1 Sumber Data

Jenis data merupakan data dan keterangan yang diperlukan dalam penelitian, untuk menunjang hasil penelitian, maka penulis melakukan pengelompokan data yang diperlukan kedalam dua golongan yaitu :

1. Data Primer

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua data yaitu data primer dan data sekunder agar memudahkan dalam penelitian. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung melalui wawancara denga responden antara lain pengurus, karyawan dan anggota.

“Data primer adalah data atau informasi yang diperoleh secara langsung dari sumber yang biasanya melalui pertanyaan tulisan atau lisan” (Umi narimawati, 2008:11).

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari literatur-literatur dan laporan-laporan yang berhubungan dengan obyek penelitian. Menurut Umi Narimawati (2008:12):

“Data sekunder adalah data yang diperoleh bukan dari sumber pertama yang digunakan untuk memjawab masalah yang diteliti” .

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2008:115) mendefinisikan Populasi adalah sebagai berikut:

“Populasi adalah Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik ptertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”

Dalam penelitian ini sasaran populasi yang akan di pilih adalah konsumen yang datang ke restoran BMC rata-rata konsumen yang berkunjung adalah sebanyak 2.489 orang perbulan.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2008:116), mendefinisikan Sampel adalah sebagai berikut:

“Sampel adalah sebagai dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.”

Jenis sampel yang digunakan adalah teknik sampling yaitu non probability (pengambilan sampel tidak berdasarkan peluang). Dalam non probability sampling kemungkinan atau peluang seseorang untuk terpilih menjadi anggota sampel tidak diketahui. Dengan demikian, sampel yang diambil tidak dapat dikatakan sebagai sampel yang representative sehingga sukar untuk melakukan generalisasi diluar sampel yang diteliti.

Dalam menghitung sampel penulis menggunakan rumus slovin (Umar 2000 : 146), dengan derajat kepercayaan 90% dan tingkat kegagalan 10%. Rumus tersebut dapat dituliskan sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Dimana :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Jumlah Kesalahan

Maka N = 2.489

$$n = \frac{2.489}{(1+2.489(0,1)^2)}$$

$$n = \frac{2.489}{(1+24,89)}$$

$$n = \frac{2.489}{25,89}$$

n = 97 yang dibulatkan menjadi 100 orang

Maka jumlah sampel penelitian yang akan diambil adalah sebanyak 100 orang.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan berasal dari sumber – sumber sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penulisan melakukan penelitian dengan metode lapangan yaitu penulisan terjun langsung ke lapangan untuk memperoleh data dan sebagai bahan bukti di tempat penulis teliti. Penelitian lapangan yang dilakukan penulis yaitu dengan cara sebagai berikut:

a. Obvervasi, yaitu dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek yang diteliti untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan.
b. Wawancara, yaitu dengan cara melakukan komunikasi dengan pihak-pihak yang terkait sesuai dengan topik yang penulis teliti.
c. Kuesioner, yaitu dengan cara memberikan daftar pertanyaan secara tertulis kepada responden mengenai hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

2. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mempelajari buku-buku (literature) dan pemilihan teori-teori yang berhubungan dengan masalah yang

akan dibahas. Cara yang dilakukan untuk memperoleh data sekunder yang menjadi landasan teori guna mendukung data yang diperoleh selama penelitian:

a. Studi Dokumentasi

   Yaitu mempelajari dokumen-dokumen yang ada di perusahaan yang berkenan dengan masalah yang diteliti, seperti dokumen mengenai sejarah perkembangan perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan sebagainya yang menunjang penelitian.

b. Studi Literatur

   Yaitu mengumpulkan data dengan cara mempelajari buku-buku, makalah dan tugas akhir untuk memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori dan konsep yang sedang dibahas, yaitu tentang bauran pemasaran jasa.

3.2.4.1 Uji Validitas

Dari pengujian yang dilakukan dengan *Spearman Correlation*, dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil bahwa dari 22 pertanyaan yang digunakan dinyatakan valid karena mempunyai korelasi positif dengan skor total pertanyaan menghasilkan nilai r diatas 0,3. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 22 pertanyaan yang valid dalam penelitian ini.

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Dari hasil uji reliabilitas yang dilakukan dengan korelasi *Spearman Brown* dengan menggunakan SPSS, setelah dilakukan uji validitas diperoleh hasil bahwa 22 pertanyaan yang valid. 22 pertanyaan yang valid dilakukan uji reliabilitas

mendapatkan skor 0.728 yang artinya diatas 0,5 dikatakan pertanyaan tersebut reliabel.

3.2.5. Rancangan Analisis

Sebelum data dianalisis, terlebih dahulu dilakukan pengelolaan data. Setelah data terkumpul melalui kuesioner maka langkah selanjutnya adalah melakukan tabulasi, yaitu memberikan nilai *(scoring)* sesuai dengan sistem yang ditetapkan. *Scoring* dilakukan dengan menggunakan skala likert yaitu 5, 4, 3, 2, 1.

3.2.5.1 Rancangan Analisis Kualitatif/Deskriptif

Menurut Sugiyono (2009:9) Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen). Analisis kualitatif dalam penelitian ini menggunakan pendekatan analisis data kuantitatif dengan menggunakan alat bantu analisis data statistik baik yang bersifat deskriptif yang digunakan dalam pemilihan ini untuk maksud mendeskrifsikan data pada setiap variabel penelitian terutama untuk melihat gambaran secara umum penilaian responden atau tanggapan responden dilakukan dengan membuat pengkategorian.

Sesuai dengan pernyataan dari Redi Panuju (1995:45) “Bahwa untuk menentukan kategori tinggi, sedang dan rendah terlebih dahulu harus menentukan nilai Indeks minimum, maksimum dan intervalnya serta jarak intervalnya” sebagai berikut :

Skor minimum dalam persentase $= \frac{skor\ \min imum}{skor\ maksimum} \times 100\,\%$

$= \frac{1}{5} \times 100\%$

$= 20\%$

Skor maksimum dalam persentase $= \frac{skor\ \min imum}{skor\ maksimum} \times 100\,\%$

$= \frac{5}{5} \times 100\%$

$= 100\%$

Interval dalam persentase = skor maksimum – skor minimum

= 100% - 20% = 80%

Panjang interval $= \frac{Interval}{Jenjang} = \frac{80\%}{5} = 16$

Sehingga pengkategorian skor jawaban responden untuk masing-masing item penelitian sebagai berikut:

Table 3.2
Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Kriteria
20% - <36%	Sangat Tidak Baik
36% - <52%	Tidak Baik
52% - <68%	Cukup Baik
68% - <84%	Baik
84% - <100%	Sangat Baik