BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini mengadopsi desain *Mix Method* dengan menitik beratkan pada pendekatan diskriptif kualitatif di mana meskipun terdapat komponen kuantitatif, penekanan utama tetap pada pendekatan kualitatif (Creswell, 2014). Hal ini dilakukan untuk menggali pemahaman yang lebih mendalam mengenai persepsi, pengalaman, dan sikap pelanggan terhadap layanan sertifikasi halal yang diberikan oleh LPPOM MUI Jawa Timur. Pendekatan kualitatif ini dipilih karena tujuannya adalah untuk memahami bagaimana pelanggan merasakan dan mengevaluasi kualitas layanan yang mereka terima dalam proses sertifikasi halal, yang sering kali melibatkan faktor-faktor emosional dan subjektif yang sulit diukur dengan metode kuantitatif.

Melalui Observasi mendalam dan *Focus Group Discussion* (FGD) peneliti mengumpulkan data yang kaya dan mendalam dari pelanggan yang telah mengikuti proses sertifikasi halal. FGD memberikan kesempatan kepada sekelompok pelanggan untuk berbagi pandangan mereka mengenai kualitas layanan yang diberikan oleh LPPOM MUI Jawa Timur mengungkapkan kesan mereka terhadap setiap dimensi pelayanan, serta faktor-faktor yang mereka anggap penting dalam membentuk persepsi mereka tentang layanan tersebut. Diskusi kelompok ini memberikan peluang bagi pelanggan untuk saling bertukar pendapat dan memberikan wawasan yang lebih luas tentang pengalaman mereka dengan LPPOM MUI Jawa Timur. Metode ini sangat berguna untuk menggali tema-tema yang mungkin tidak muncul dalam wawancara individu dan untuk memperkuat temuan dengan mendengar pandangan kolektif.

Selain FGD, komponen kuantitatif tetap digunakan untuk mengukur dimensi-dimensi *Service Quality (SQ)* seperti keandalan, jaminan, bukti fisik, empati, dan daya tanggap. Elemen kuantitatif ini berfungsi sebagai pelengkap yang mendukung

temuan-temuan kualitatif. Data kuantitatif ini diperoleh melalui survei dengan skala Likert yang memungkinkan peneliti untuk mengukur sejauh mana pelanggan merasa puas dengan setiap dimensi layanan yang diberikan. Namun, data kuantitatif ini tidak menjadi fokus utama, melainkan lebih berfungsi untuk memberikan gambaran lebih jelas mengenai tren kepuasan pelanggan yang terungkap dari data kualitatif.

Dengan dominasi pendekatan kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih dalam dan komprehensif mengenai bagaimana *Service Quality (SQ)* diterima oleh pelanggan dalam konteks sertifikasi halal LPPOM MUI Jawa Timur serta mengidentifikasi faktor-faktor yang paling memengaruhi kepuasan mereka. Gabungan dari *Focus Group Discussion (FGD)* dan elemen kuantitatif ini diharapkan mampu memberikan pandangan yang lebih holistik dan kontekstual tentang layanan yang diterima yang nantinya dapat digunakan untuk merumuskan rekomendasi perbaikan yang lebih tepat sasaran bagi LPPOM MUI Jawa Timur dalam meningkatkan kualitas layanannya.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Bungin (2013), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan kuantitas dan karakteristik tertentu yang akan dipelajari untuk menarik kesimpulan. Purwanto dan Sulistyastuti, (2007) mendefinisikan populasi sebagai seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh pengguna layanan Sertifikasi Halal LPPOM MUI di Provinsi Jawa Timur selama lima tahun terakhir, yang berjumlah 345 orang. Rincian populasi adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Populasi penelitian

No.	Populasi	Jumlah (orang)
1.	Karyawan	100
2.	Pengusaha	224
3.	Pengguna Luar	21
	Total	**345**

Sumber: Data diolah (2024)

3.2.2 Sampel

Gwet (2021) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini, sampel yang diambil adalah sebagian dari pengguna layanan Sertifikasi Halal LPPOM MUI di Provinsi Jawa Timur. Mengingat jumlah populasi yang besar, pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N.d^2 + 1}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

d^2 = Presisi yang ditetapkan

Diketahui bahwa jumlah populasi yang terdiri dari karyawan dan pengusaha yang mengajukan sertifikasi halal di LPPOM MUI di Provinsi Jawa Timur adalah N = 345 orang, dan tingkat presisi yang ditetapkan sebesar 5%. Berdasarkan rumus tersebut, diperoleh jumlah sampel (n) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N.d^2 + 1} = \frac{345}{345.(0{,}05)^2 + 1} = \frac{345}{345.(0{,}0025) + 1} = \frac{345}{1{,}8625} = 185$$

Jumlah sampel bertingkat (berstrata) dilakukan dengan cara pengambilan sampel secara *Proportionet Stratified Random* yaitu menggunakan rumus alokasi proportional :

$$\text{ni} = \frac{Ni}{N} \text{ . n}$$

Dimana :

ni = jumlah anggota sampel menurut stratum

n = jumlah anggota sampel seluruhnya

Ni =jumlah anggota populasi menurut stratum

N = jumlah anggota populasi seluruhnya

Berdasarkan perhitungan tersebut, jumlah sampel yang diambil untuk masing-masing kelompok adalah:

Karyawan $= \frac{100}{345} . 185 = 53,63$

Pengusaha $= \frac{224}{345} . 185 = 120,11$

Pengguna Luar $= \frac{21}{345} . 185 = 11, 26$

Dari hasil perhitungan diatas dapat disimpulkan, sampel Karyawan diambil sebanyak 53,63 atau dibulatkan menjadi 54 responden, untuk sampel Pengusaha diambil sebanyak 120,11 atau dibulatkan menjadi 120 responden dan dari sampel pengguna luar diambil sebanyak 11,26 atau dibulatkan menjadi 11 responden. Setelah diketahui jumlah sampel yang diambil, instrumen akan diberikan kepada responden secara acak sesuai sampel tiap strata.

3.2.3 Objek dan Lokasi Penelitian

Objek penelitian ini adalah implementasi kualitas layanan *(Service Quality)* dalam proses sertifikasi halal yang diberikan oleh LPPOM MUI Jawa Timur. Fokus utama penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana dimensi-dimensi kualitas layanan seperti keandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), bukti langsung (*tangibles*), empati (*empathy*), dan daya tanggap (*responsiveness*) dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dalam pengajuan sertifikasi halal. Penelitian ini juga berfokus pada bagaimana persepsi dan pengalaman pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh LPPOM MUI Jawa Timur dalam proses sertifikasi halal, serta faktor-faktor yang mempengaruhi mereka dalam mengevaluasi dan menilai kualitas layanan yang mereka terima.

Selain itu, objek penelitian juga mencakup strategi peningkatan kepuasan pelanggan yang diterapkan oleh LPPOM MUI Jawa Timur dalam upaya meningkatkan kualitas layanan sertifikasi halal. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang mendalam, penelitian ini menggali faktor-faktor yang berperan penting dalam pembentukan pengalaman pelanggan, yang pada akhirnya akan

mempengaruhi kepuasan mereka terhadap layanan yang diberikan oleh LPPOM MUI Jawa Timur.

Penelitian ini dilaksanakan di LPPOM MUI Jawa Timur, yang berfungsi sebagai lembaga yang memberikan layanan sertifikasi halal kepada berbagai jenis produk, termasuk makanan, kosmetik, obat-obatan, dan produk-produk lainnya yang membutuhkan sertifikat halal untuk memastikan bahwa produk tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Lokasi penelitian ini dipilih karena LPPOM MUI Jawa Timur merupakan salah satu penyelia halal yang ada di propensi jawa timur yang memiliki peran penting dalam melakukan sertifikasi halal di wilayah Jawa Timur, serta memiliki banyak pelanggan yang telah melalui proses sertifikasi halal.

Lokasi geografis penelitian ini meliputi wilayah Jawa Timur, dengan fokus pada pelanggan yang telah mengajukan sertifikasi halal pada LPPOM MUI. Pelanggan yang menjadi objek penelitian terdiri dari berbagai sektor industri, seperti industri makanan dan minuman, kosmetik, obat-obatan, dan produk lain yang memerlukan sertifikasi halal. Oleh karena itu, pelanggan yang terlibat dalam penelitian ini akan dipilih secara purposive untuk mencerminkan keberagaman jenis usaha yang membutuhkan sertifikasi halal.

Dengan memilih LPPOM MUI Jawa Timur sebagai lokasi penelitian, peneliti dapat mengamati langsung dinamika pelayanan sertifikasi halal yang diberikan kepada pelanggan dan mendapatkan wawasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan mereka dalam konteks lokal. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang lebih spesifik dan relevan bagi peningkatan kualitas layanan di LPPOM MUI Jawa Timur, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang terlibat dalam proses sertifikasi halal.

3.3. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengukur suatu variabel dalam penelitian (Moeloeng, 2019). Dalam penelitian ini, instrumen penelitian digunakan untuk mengukur variabel *Service Quality* (SQ) dan Kepuasan Pelanggan terkait dengan Sertifikasi Halal LPPOM MUI di Provinsi Jawa Timur.

Sebagai instrumen untuk mengukur variabel ini, digunakan skala **Likert** yang berfungsi untuk menilai sikap, pendapat, dan persepsi responden terhadap layanan yang diberikan oleh LPPOM MUI Jawa Timur.

Dalam penelitian fenomena ini, variabel yang diteliti telah dijabarkan menjadi indikator variabel yang kemudian digunakan untuk menyusun item-item pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner yang diadaptasi dari Hastuti dkk. (2024). Mengacu pada (Hadi, 2021), instrumen penelitian yang menggunakan skala Likert dapat berupa daftar pernyataan atau checklist yang diberikan kepada responden. Skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini memiliki lima kategori yang mewakili tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang diberikan:

Kategori Skala Likert:

ST (Sangat Setuju) dengan skor = 5

S (Setuju) dengan skor = 4

KS (Kurang Setuju) dengan skor = 3

TS (Tidak Setuju) dengan skor = 2

STS (Sangat Tidak Setuju) dengan skor = 1

Skala Likert ini memungkinkan peneliti untuk memberikan bobot pada jawaban responden. Nilai rata-rata dari jawaban responden dihitung untuk mendapatkan gambaran mengenai persepsi mereka terhadap layanan sertifikasi halal yang diberikan oleh LPPOM MUI. Penilaian yang lebih tinggi mengidentifikasi tingkat *Service Quality* (SQ) yang lebih baik, sedangkan penilaian yang lebih rendah mengidentifikasi kualitas layanan yang lebih rendah, yang pada gilirannya mempengaruhi kepuasan pelanggan.

3.3.1. Penyusunan Instrumen Penelitian

Langkah pertama dalam penyusunan instrumen adalah menentukan variabel penelitian yang akan diukur. Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel utama yang ingin diukur, yaitu *Service Quality* (SQ) dan Kepuasan Pelanggan. Masing-masing

variabel ini kemudian dijabarkan ke dalam indikator-indikator yang lebih spesifik. Indikator-indikator ini akan menjadi dasar untuk penyusunan item-item instrumen, yang selanjutnya akan dikonversi menjadi pernyataan atau pertanyaan dalam kuesioner.

Tabel 3.2 Variabel yang Diukur

Variabel	Dimensi	Deskripsi
Service Quality	*Tangibles* (Bukti Fisik)	Aspek fisik yang mencakup fasilitas, peralatan, dan kondisi lingkungan layanan yang digunakan dalam proses sertifikasi halal.
	Reliability (Keandalan)	Keandalan LPPOM MUI dalam memberikan layanan sesuai dengan janji dan prosedur yang telah ditetapkan.
	Responsiveness (Daya Tanggap)	Kemampuan LPPOM MUI dalam merespons permintaan atau keluhan pelanggan dengan cepat dan efisien.
	Assurance (Jaminan)	Keahlian, keterampilan, dan kredibilitas staf LPPOM MUI yang memberikan rasa aman dan nyaman kepada pelanggan.
	Empathy (Empati)	Perhatian yang diberikan oleh LPPOM MUI terhadap kebutuhan individual pelanggan dan bagaimana staf memahami masalah atau kebutuhan pelanggan.
Kepuasan Pelanggan	Kualitas Pelayanan	Tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas keseluruhan layanan sertifikasi halal yang diberikan oleh LPPOM MUI.
	Kepercayaan Pelanggan	Tingkat kepercayaan pelanggan terhadap kredibilitas LPPOM MUI dalam memberikan sertifikasi halal yang sah dan diakui.
	Loyalitas Pelanggan	Kemauan pelanggan untuk terus menggunakan layanan sertifikasi halal LPPOM MUI di masa depan serta merekomendasikan layanan ini kepada pihak lain.
	Kepuasan Umum	Evaluasi keseluruhan terhadap pengalaman layanan sertifikasi halal yang diberikan oleh LPPOM MUI, apakah sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan.

Setelah indikator untuk masing-masing variabel ditentukan, langkah selanjutnya adalah menyusun item-item instrumen yang berupa pertanyaan atau

pernyataan. Setiap item dirancang untuk mengukur persepsi atau pengalaman responden terhadap dimensi-dimensi *Service Quality (SQ)* dan Kepuasan Pelanggan.

Bagian pertama dari instrumen penelitian berfokus pada pengumpulan data demografis responden yang akan memberikan informasi dasar mengenai latar belakang responden. Data ini penting untuk menganalisis hubungan antara karakteristik demografis dan persepsi responden terhadap *Service Quality (SQ)* serta Kepuasan Pelanggan terkait dengan layanan sertifikasi halal yang diberikan oleh LPPOM MUI.

Bagian kedua dari instrumen penelitian difokuskan untuk mengukur dimensi *Service Quality (SQ)* dan Kepuasan Pelanggan. Bagian ini berisi item-item yang disusun berdasarkan lima dimensi *Service Quality (SQ)* yang telah disebutkan sebelumnya, yaitu *Tangibles* (Bukti Fisik), *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan), dan *Empathy* (Empati). Selain itu, dimensi Kepuasan Pelanggan juga diukur dalam bagian ini, yang mencakup Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, dan Kepuasan Umum.

Tabel 3.3. Instrumen Survey

Variabel	Dimensi	Pertanyaan
Service Quality	*Tangibles* (Bukti Fisik)	1. Fasilitas LPPOM MUI terlihat bersih dan rapi. 2. Peralatan yang digunakan dalam proses sertifikasi halal terlihat modern dan berfungsi dengan baik. 3. Kantor LPPOM MUI memiliki lingkungan yang nyaman bagi pengunjung. 4. Desain kantor LPPOM MUI menciptakan suasana yang profesional dan menyambut. 5. Fasilitas di LPPOM MUI mudah diakses dan memberikan kenyamanan bagi pengunjung.
	Reliability (Keandalan)	1. LPPOM MUI memberikan sertifikasi halal tepat waktu. 2. LPPOM MUI memberikan informasi yang akurat tentang proses sertifikasi. 3. LPPOM MUI dapat dipercaya untuk menangani semua permohonan sertifikasi halal dengan konsisten.

Variabel	Dimensi	Pertanyaan
		4. LPPOM MUI dapat diandalkan dalam menjaga kerahasiaan data pelanggan yang terkait dengan sertifikasi halal. 5. Proses sertifikasi halal di LPPOM MUI selalu sesuai dengan prosedur yang berlaku.
	Responsiveness (Daya Tanggap)	1. Staf LPPOM MUI merespons pertanyaan saya dengan cepat. 2. Staf LPPOM MUI siap membantu saya dengan masalah terkait sertifikasi halal. 3. LPPOM MUI mengatasi keluhan atau masalah saya dengan efisien. 4. Staf LPPOM MUI memberikan informasi yang cepat dan jelas dalam menjawab permintaan saya. 5. LPPOM MUI memberikan respons yang memadai terhadap permintaan atau keluhan saya dalam waktu singkat.
	Assurance (Jaminan)	1. Staf LPPOM MUI memiliki pengetahuan yang mendalam tentang sertifikasi halal. 2. Saya merasa yakin dengan hasil sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh LPPOM MUI. 3. LPPOM MUI menunjukkan sikap profesional dalam setiap aspek layanan mereka. 4. Staf LPPOM MUI mampu memberikan penjelasan yang jelas dan meyakinkan terkait prosedur sertifikasi halal. 5. Saya merasa bahwa LPPOM MUI sangat kompeten dalam memberikan informasi terkait sertifikasi halal.
	Empathy (Empati)	1. Staf LPPOM MUI menunjukkan perhatian yang baik terhadap kebutuhan saya. 2. LPPOM MUI memberikan perhatian pribadi selama proses sertifikasi. 3. LPPOM MUI memperlakukan saya dengan hormat dan empati. 4. Staf LPPOM MUI memahami dan memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan saya. 5. LPPOM MUI memperlakukan saya dengan sikap yang ramah dan sopan selama proses sertifikasi.

Variabel	Dimensi	Pertanyaan
Kepuasan Pelanggan	Kualitas Pelayanan	1. Secara keseluruhan, saya puas dengan kualitas layanan sertifikasi halal yang diberikan oleh LPPOM MUI. 2. Saya merasa hasil sertifikasi halal yang diberikan bermanfaat bagi produk saya. 3. Proses sertifikasi halal berjalan sesuai harapan saya dalam hal kecepatan dan kemudahan. 4. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh LPPOM MUI memenuhi ekspektasi saya. 5. LPPOM MUI memberikan layanan yang efisien dan memadai dalam waktu yang ditentukan.
	Kepercayaan Pelanggan	1. Saya merasa percaya terhadap kredibilitas LPPOM MUI dalam memberikan sertifikasi halal yang sah dan diakui. 2. LPPOM MUI mampu menjaga integritasnya dalam memberikan sertifikasi halal yang dapat diterima oleh masyarakat. 3. Saya merasa yakin bahwa sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh LPPOM MUI adalah yang terbaik. 4. LPPOM MUI menjaga standar tinggi dalam proses sertifikasi halal yang diakui oleh berbagai pihak. 5. Saya merasa LPPOM MUI adalah lembaga yang dapat dipercaya dalam memberikan sertifikasi halal.
	Loyalitas Pelanggan	1. Saya berniat untuk menggunakan layanan sertifikasi halal LPPOM MUI di masa depan. 2. Saya akan merekomendasikan layanan sertifikasi halal LPPOM MUI kepada teman dan kolega saya. 3. Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh LPPOM MUI dan berniat untuk terus menggunakan layanan mereka. 4. Saya memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh LPPOM MUI. 5. Saya akan tetap setia menggunakan layanan sertifikasi halal dari LPPOM MUI di masa depan.

Variabel	Dimensi	Pertanyaan
	Kepuasan Umum	1. Secara keseluruhan, saya merasa puas dengan proses sertifikasi halal yang diberikan oleh LPPOM MUI. 2. Hasil sertifikasi halal yang saya terima sesuai dengan harapan saya. 3. Saya merasa bahwa proses sertifikasi halal berjalan dengan efisien dan memuaskan. 4. LPPOM MUI memberikan hasil sertifikasi halal yang sesuai dengan ekspektasi saya. 5. Saya merasa bahwa proses sertifikasi halal LPPOM MUI sangat membantu dan memberikan manfaat yang besar bagi saya dan bisnis saya.

Sumber: Data Diolah (2024)

3.4. Pengumppulan Data

3.4.1. Observasi

Observasi digunakan untuk mengamati secara langsung proses pelayanan yang terjadi di LPPOM MUI. Melalui pengamatan ini, peneliti dapat mencatat berbagai aspek terkait dengan kualitas fisik layanan, seperti kebersihan fasilitas, kondisi peralatan yang digunakan, serta interaksi staf dengan pelanggan. Observasi ini memberi gambaran nyata mengenai bagaimana *Service Quality (SQ)* diterapkan dalam praktik sehari-hari, terutama dalam hal tangible atau bukti fisik yang sering kali tidak tercatat dalam data lainnya (Cox dan Ferry, 1993). Dengan mengamati langsung proses sertifikasi halal, peneliti juga dapat memahami bagaimana staf LPPOM MUI memberikan pelayanan yang memenuhi harapan pelanggan, serta bagaimana responsivitas dan empati ditunjukkan dalam interaksi langsung.

3.4.2. *Focus Group Discussion* (FGD)

Focus Group Discussion (FGD) digunakan untuk menggali pemahaman yang lebih mendalam mengenai persepsi pelanggan terhadap layanan sertifikasi halal. FGD dilakukan dengan mengumpulkan sekelompok pelanggan yang telah mengikuti proses sertifikasi halal untuk berdiskusi mengenai pengalaman mereka. dalam diskusi ini, pelanggan diberi kesempatan untuk berbagi pandangan mereka tentang

kualitas pelayanan yang diterima, serta tantangan atau masalah yang mereka hadapi selama proses sertifikasi (Herdiansyah, 2013). FGD memberikan ruang bagi para peserta untuk saling bertukar pendapat, sehingga peneliti bisa mendapatkan wawasan yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang membentuk kepuasan pelanggan. Metode ini sangat efektif untuk menggali tema-tema yang lebih kompleks dan subjektif, seperti kesan emosional dan harapan pelanggan yang sulit diukur dengan angka.

3.4.3 *Survey*

Survei dilakukan untuk mengumpulkan data kuantitatif mengenai dimensi-dimensi Service Quality (SQ) dan Kepuasan Pelanggan yang lebih spesifik. Kuesioner dengan skala Likert digunakan untuk mengukur sejauh mana pelanggan merasa puas dengan kualitas layanan yang diberikan oleh LPPOM MUI (Kolmogorov, 1983). Survei ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data numerik yang dapat dianalisis secara statistik untuk melihat tren kepuasan pelanggan dan mengidentifikasi faktor-faktor mana yang paling memengaruhi kepuasan mereka. Survei ini didistribusikan kepada 345 pelanggan yang telah proses sertifikasi halal. Instrumen yang digunakan pada penelitian ini diadaptasi dari Instrumen survey yang diterapkan oleh Hastuti dkk. (2024) dengan mengkatagorikan *Tangibles* (Bukti Fisik), *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan), dan *Empathy* (Empati) sebagai konsep instrumen data yang diteliti. Dengan survei, peneliti dapat mengukur tanggapan pelanggan terhadap berbagai dimensi layanan, seperti keandalan, jaminan, bukti fisik, empati, dan responsivitas, serta menilai seberapa besar pengaruh masing-masing dimensi terhadap kepuasan keseluruhan pelanggan.

3.5. Analisis Data

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang kualitas layanan yang diberikan oleh LPPOM MUI Jawa Timur dan tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan sertifikasi halal. Proses analisis data menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif di mana

masing-masing pendekatan memberikan wawasan yang berbeda, namun saling melengkapi satu sama lain.

3.5.1 Analisis Data Kualitatif

Data kualitatif yang dikumpulkan melalui *Focus Group Discussion* (FGD) dan observasi dianalisis dengan menggunakan analisis tematik. Analisis tematik bertujuan untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari pengalaman dan persepsi pelanggan terhadap layanan sertifikasi halal yang diberikan oleh LPPOM MUI (Jowsey dkk., 2021).

Proses pertama adalah transkripsi dan koding data. Hasil FGD yang direkam diubah menjadi bentuk teks, kemudian peneliti mengkategorikan dan memberi kode pada setiap respons yang relevan. Kode-kode ini mencerminkan tema-tema yang berhubungan dengan dimensi *Service Quality* (SQ), seperti keandalan, responsivitas, bukti fisik, empati, dan jaminan. Setelah data dikelompokkan, peneliti mengidentifikasi tema-tema yang sering muncul, seperti harapan pelanggan, masalah yang dihadapi selama proses sertifikasi, atau faktor-faktor yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Hasil dari analisis tematik ini memberi wawasan lebih dalam mengenai bagaimana pelanggan merasa dan mengevaluasi setiap dimensi layanan. Peneliti menggali lebih dalam tentang emosi dan persepsi subjektif pelanggan, yang sering kali sulit untuk diukur dengan metode kuantitatif. Temuan ini memberikan gambaran yang lebih luas mengenai kekuatan dan kelemahan dalam pelayanan yang diberikan oleh LPPOM MUI.

3.5.2 Analisis Data Kuantitatif

Setelah data kualitatif dianalisis, data kuantitatif yang diperoleh melalui survei dianalisis menggunakan teknik statistik. Data kuantitatif ini memungkinkan peneliti untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap dimensi-dimensi *Service Quality (SQ),* seperti keandalan, responsivitas, jaminan, bukti fisik, dan empati.

Pertama-tama, peneliti melakukan pengolahan data dengan memasukkan jawaban dari kuesioner ke dalam perangkat lunak statistic seperti SPSS atau Excel. Setiap respons pada skala Likert akan dikodekan dengan angka (1 untuk Sangat Tidak Setuju, hingga 5 untuk Sangat Setuju) yang kemudian dihitung untuk menentukan rata-rata dan standar deviasi dari setiap dimensi *Service Quality (SQ)* dan Kepuasan Pelanggan (Robinson, 2024).

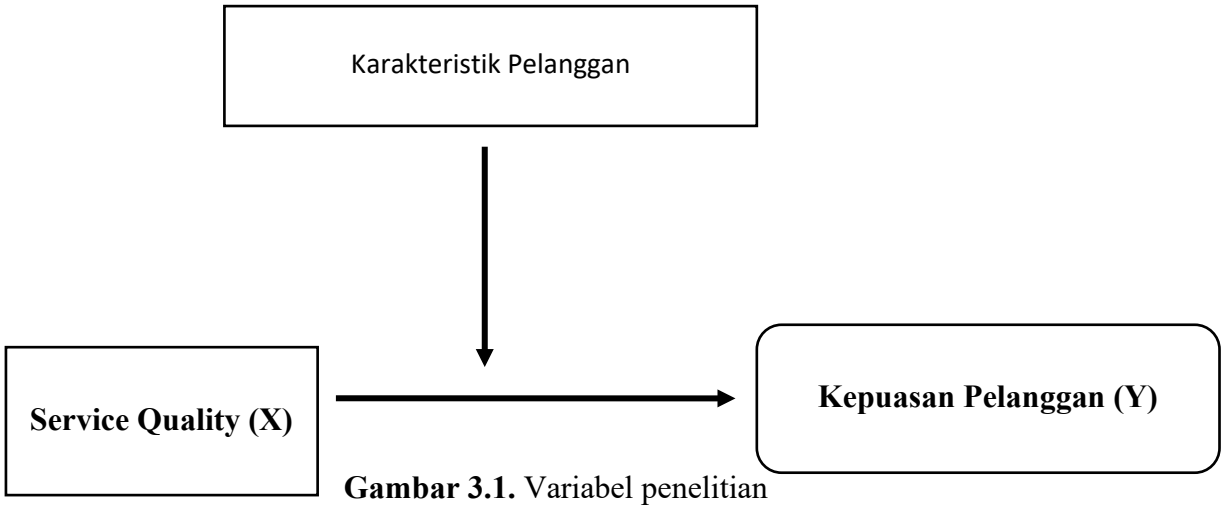
Selanjutnya, statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai data, seperti persentase respons terhadap setiap pertanyaan dan rata-rata kepuasan pelanggan. Hasil ini memberikan peneliti pemahaman tentang tren umum kepuasan pelanggan dan dimensi mana yang paling disorot.

3.5.3 Penggabungan Data Kualitatif dan Kuantitatif

Karena penelitian ini mengadopsi pendekatan mix method, data kualitatif dan kuantitatif digabungkan untuk memberikan gambaran yang lebih holistik mengenai *Service Quality (SQ)* dan Kepuasan Pelanggan. Dalam penggabungan ini, peneliti melakukan triangulasi data, yaitu membandingkan dan mengonfirmasi temuan-temuan dari kedua pendekatan tersebut (Creswell, 2013).

Dengan triangulasi, peneliti dapat memastikan keakuratan temuan, misalnya dengan memeriksa apakah temuan dari *Focus Group Discussion (FGD)* tentang kualitas pelayanan juga tercermin dalam hasil kuantitatif dari skala Likert. Jika temuan kualitatif dan kuantitatif saling mendukung, ini memberikan bukti yang lebih kuat mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan terhadap layanan LPPOM MUI (Weyant, 2022). Peneliti juga menginterpretasikan hasil gabungan ini untuk memberikan rekomendasi yang lebih tepat sasaran bagi LPPOM MUI. Temuan-temuan dari FGD dan *survey* digunakan untuk merumuskan langkah-langkah konkret dalam meningkatkan *Service Quality (SQ)* dan kepuasan pelanggan dalam layanan sertifikasi halal.

3.5.4. Variabel Penelitian



Gambar 3.1. Variabel penelitian

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan, yang mencerminkan sejauh mana pelanggan merasa puas dengan layanan sertifikasi halal yang diberikan oleh LPPOM MUI. Kepuasan pelanggan diukur melalui berbagai dimensi yang terkait dengan kualitas pelayanan, seperti kualitas pelayanan itu sendiri, kepercayaan pelanggan terhadap LPPOM MUI, tingkat loyalitas pelanggan, dan kepuasan terhadap hasil akhir sertifikasi halal yang diterima.

Sementara itu, variabel independen terdiri dari lima dimensi *Service Quality* yang menjadi faktor pengaruh utama dalam penelitian ini. Dimensi-dimensi ini mencakup Tangibles, yang berkaitan dengan kualitas fasilitas fisik, kebersihan, dan peralatan yang digunakan dalam proses sertifikasi halal. Reliability menggambarkan kemampuan LPPOM MUI untuk memberikan layanan yang dapat diandalkan dan konsisten. Responsiveness mengukur kecepatan dan kesiapan staf LPPOM MUI dalam memberikan bantuan kepada pelanggan. *Assurance* berhubungan dengan keahlian staf dalam memberikan layanan serta tingkat kepercayaan pelanggan terhadap kualitas sertifikasi halal yang diberikan. Terakhir, Empathy mengukur seberapa baik LPPOM MUI dalam memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan dan memahami kebutuhan mereka.

Terdapat pula variabel kontrol yang berfungsi untuk mengontrol faktor-faktor eksternal yang mungkin memengaruhi hubungan antara *Service Quality (SQ)* dan

Kepuasan Pelanggan. Variabel kontrol ini mencakup karakteristik pelanggan, seperti ukuran perusahaan dan sektor industri, serta pengalaman sebelumnya yang dimiliki pelanggan terkait dengan proses sertifikasi halal. Faktor frekuensi penggunaan layanan juga menjadi variabel kontrol yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, karena semakin sering pelanggan menggunakan layanan sertifikasi halal, semakin besar kemungkinan mereka memiliki pengalaman yang memengaruhi persepsi terhadap layanan.