

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Klaten, Jawa Tengah.

3.2 Variabel dan Definisi Operasional Variabel

3.2.1 Variabel

Variabel adalah sesuatu yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai. Nilai dapat berbeda pada berbagai waktu untuk objek atau orang yang sama, atau pada waktu yang sama untuk objek atau orang yang berbeda (Sekaran, 2011). Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) **Variabel *independent*** atau bebas adalah variabel yang mengambil variabel terikat, entah secara positif maupun secara negatif. Jika terdapat variabel bebas, variabel terikatpun akan hadir, dan dengan setiap unit kenaikan dalam variabel bebas, terdapat pula kenaikan atau penurunan dalam variabel terikat (Sekaran, 2011). Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas layanan (X).
- 2) **Variabel *dependent*** atau terikat merupakan variabel yang menjadi perhatian utama peneliti (Sekaran, 2011). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan Telkomsel (Y).

3.2.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel dan definisi operasional variabel digunakan untuk memudahkan penelitian dan membuat persamaan persepsi tentang variabel yang digunakan.

1) Kualitas Pelayanan

Variabel independen dalam penelitian ini mengacu pada pendapat Parasuraman (1998). Kualitas layanan diukur dengan menggunakan indikator-indikator sebagai berikut :

- a. Bukti Langsung (*Tangibles*).
- b. Keandalan (*Reliability*).

- c. Daya Tangap (*Responsiveness*).
- d. Jaminan (*Assurance*)
- e. Empati (*Empathy*)

2) Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah hasil (*outcome*) yang dirasakan atas penggunaan produk dan jasa, sama atau melebihi harapan (Yamit, 2004). Menurut Kottler (2009), ada lima indikator utama kepuasan pelanggan, yaitu :

- a. *Re-purchase*
- b. Menciptakan *Word-of-Mouth*
- c. Menciptakan Citra Merek
- d. Menciptakan keputusan Pembelian pada Perusahaan yang sama

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik atau metode pengumpulan data yang dipakai penulis dalam penelitian ini adalah teknik atau metode pengumpulan data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari responden dengan menggunakan cara riset atau dengan penelitian lapangan. Metode kuesioner digunakan untuk memperoleh data tersebut. Data yang akan dianalisis dalam penelitian ini merupakan data khusus yang berbentuk jawaban dari responden atas pertanyaan dari peneliti. Data primer yang dibutuhkan adalah :

1) Data karakteristik responden

Meliputi data jenis kelamin, penghasilan, umur, dan tingkat pendidikan

2) Data mengenai jawaban responden mengenai kualitas layanan (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles*) dan kepuasan pelanggan.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan kelompok orang, peristiwa, atau hal yang ingin peneliti investigasi (Sekaran, 2011). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Telkomsel wilayah Klaten.

3.4.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang akan diteliti, dilihat sebagai suatu pendugaan terhadap populasi, namun bukan populasi itu sendiri. Terdapat dua cara pengambilan sampel, yaitu secara acak (*random*) dan tidak acak (*non-random*). Penentuan jumlah sampel yang akan diteliti berdasarkan ukuran sampel yang lebih dari 30 dan kurang dari 500 sampel adalah tepat untuk penelitian (Roscoe, 1975). Teknik yang digunakan peneliti untuk mengambil sampel penelitian adalah *convenience simple random sampling*. *Convenience simple random sampling* merupakan proses pengambilan sampel yang dilakukan dengan cara acak tanpa memperhatikan strata tertentu. Menurut Djarwanto *et al.* (2000), dalam menentukan jumlah sampel, parameter yang diukur adalah nilai proporsi. Sampel yang diperlukan dengan tingkat keyakinan sebesar 95% dalam tabel distribusi normal yaitu 1.96 dan kesalahan atau taraf signifikansi dilakukan peneliti tidak lebih dari 10 % atau 0.1. sehingga diperoleh sebagai berikut:

$$\text{Rumus } n = 0.25 \left(\frac{Z}{E} \right)^2$$

Diketahui

n : Jumlah sampel

Z : Angka normal standart

E : Error/kesalahan

$$\text{Total Sampel} = 0.25 \left(\frac{1.96}{0.1} \right)^2$$

$$= 96.04 \text{ dibulatkan menjadi } 96$$

Sehingga jumlah sampel minimal yang harus dikumpulkan dalam penelitian ini sebesar 96 konsumen Telkomsel Kota Klaten

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran responden secara keseluruhan. Analisis deskriptif dalam penelitian ini menjelaskan karakteristik responden meliputi data jenis kelamin, umur, kualifikasi pekerjaan dan tingkat pendidikan, dan tingkat penghasilan. Analisis ini dapat melalui penyajian berupa data dalam tabel biasa maupun distribusi frekuensi.

3.5.2 Analisis GAP

Dalam proses penyampaian jasa dari perusahaan jasa kepada pelanggan sesuai dengan yang dipresepsikan oleh pelanggan, hal ini merupakan indikasi kepuasan pelanggan yang terpenuhi. Disebabkan banyak faktor yang mempengaruhi dalam penyampaian jasa kepada pelanggan, seperti misalnya kondisi lingkungan eksternal, psikologis pelanggan, dan pemberi jasa, subjektivitas penyedia jasa, dan lainnya. Hal tersebut tidak sedikit dalam memainkan perannya masing-masing, sehingga hal ini menjadi salah satu penyebab proses penyampaian jasa yang berbeda dengan yang dipresepsikan oleh pelanggan. Seperti yang kita ketahui bahwa persepsi dari pelanggan merupakan penilaian layanan yang telah dirasakan. Kualitas layanan merupakan perbandingan layanan yang dirasakan konsumen dengan layanan yang diinginkan para pelanggan. Selisih antara persepsi dengan harapan disebut dengan Gap atau kesenjangan kualitas layanan, yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

Apabila persepsi > harapan (Gap positif) layanan dapat dikatakan memuaskan.

Apabila persepsi = harapan (Gap nol) layanan dapat dikatakan berkualitas ataupun memuaskan.

Apabila persepsi < harapan (Gap negatif) layanan dapat dikatakan kurang berkualitas maupun kurang memuaskan

3.5.3 Analisis IPA

Importance Performance Analysis (IPA) merupakan suatu model multi-atribut. Teknik ini mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan penawaran pasar dengan menggunakan 2 kriteria yaitu kepentingan relatif dan kepuasan pelanggan. Penerapan teknik ini dimulai dengan identifikasi atribut-atribut yang relevan untuk situasi pilihan yang diamati. Daftar atribut-atribut dapat dikembangkan dengan mengacu kepada literatur-literatur, *interview*, dan menggunakan penilaian manajerial. Analisis ini juga dikenal dengan analisis indeks kepuasan. Analisis indeks kepuasan adalah hasil perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan (Supranto, 2001). Indeks kepuasan inilah yang dapat menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Rumus yang dapat digunakan sebagai berikut :

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan :

Tki : Indeks kepuasan responden

Xi : Skor rata-rata penilaian kinerja perusahaan

Yi : Skor rata-rata penilaian kepentingan pelanggan

3.5.4 Analisis Servqual

Model kualitas pelayanan yang dikembangkan oleh A. Parasuraman, L.L. Berry dan V .A Zeithaml (Berry, 1985) berupaya untuk mengenali kesenjangan (Gaps) pelayanan yang terjadi dan mencari jalan keluar untuk mengurangi atau menghilangkan kesenjangan pelayanan tersebut (Yamit, 2010).

Dalam konteks umum, kesenjangan pelayanan dapat dibedakan kedalam dua kelompok, yaitu :

1) Kesenjangan yang muncul didalam *Company Gaps*.

Kesenjangan ini dapat menghambat kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan. Menurut Yamit (2010), dalam perusahaan, kesenjangan yang dapat muncul dibedakan menjadi 4 jenis, yaitu:

- a. Kesenjangan 1 : tidak mengetahui harapan pelanggan akan pelayanan.
- b. Kesenjangan 2 : tidak memiliki desain dan standar pelayanan yang tepat.
- c. Kesenjangan 3 : tidak memberikan pelayanan sesuai dengan standar pelayanan.
- d. Kesenjangan 4 : tidak memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan.

Kesenjangan yang muncul dari luar perusahaan terjadi disebabkan oleh perbedaan antara persepsi pelanggan dengan harapan pelanggan terhadap layanan. Hal tersebut menjelaskan bahwa layanan suatu perusahaan bergantung dengan adanya persepsi pelanggan dengan harapan pelanggan tersebut.

3.5.5 Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2013). Model dalam analisis regresi berganda ini adalah:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + e$$

Dimana :

Y = kepuasan konsumen

b1 = koefisien regresi

X1 = kualitas pelayanan

3.5.6 Uji Hipotesis

1) Uji T (Signifikan Parsial)

Uji statistik t disebut juga sebagai uji signifikansi individual. Uji ini menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011). Bentuk pengujiannya adalah:

$$H_0 : = 0 \text{ atau } H_a : \neq 0$$

H_0 = format hipotesis awal (hipotesis nol)

H_a = format hipotesis hubungan antar variabel

a) Penetapan hipotesis statistik

- $H_{01} : \rho = 0$, maka variabel independen tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.
- $H_{a1} : \rho \neq 0$, maka variabel independen tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

b) Perhitungan nilai tes statistik

Di dalam penelitian ini, penulis menguji hipotesis dengan menggunakan uji t. Pengolahan data dalam penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan aplikasi *Software SPSS* versi 25 supaya pengukuran data yang dihasilkan lebih akurat.

c) Pengambilan Keputusan

Kriteria pengambilan hipotesis adalah sebagai berikut:

- Jika $P\text{Value} < 0,05$ pada $\alpha = 5\%$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (berpengaruh).
- Jika $P\text{Value} > 0,05$ pada $\alpha = 5\%$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak (tidak berpengaruh).

2) Analisis Koefisien Determinasi

Setelah koefisien korelasi diketahui, maka selanjutnya adalah menghitung koefisien determinasi, yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011).

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi yaitu:

- Jika K_d mendekati nol (0), maka variabel *independent* berpengaruh lemah terhadap variabel *dependent*.
- Jika K_d mendekati satu (1), berarti variabel *independent* berpengaruh kuat terhadap variabel *dependent*.

Adapun pedoman yang digunakan untuk memberikan interpretasi besarnya pengaruh variabel-variabel bebas (*Independent*) terhadap variabel terikat (*Dependent*) atau koefisien korelasi, penulis menggunakan pedoman yang dikemukakan oleh Sugiyono (2013) sebagai berikut :

Tabel 3.1
Koefisien Korelasi dan Taksirannya

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat