

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini menggunakan responden para pelanggan di PT PLN (Persero) UPJ Pedan di Jalan Pemuda Pedan, Pedan, Klaten.

3.2. Variabel Penelitian

Variabel yg digunakan 5 dimensi :

1. Bukti fisik (*Tangible*)
2. Keandalan (*Reliability*)
3. Daya tanggap (*Responsiveness*)
4. Jaminan (*Assurance*)
5. Empati (*Empathy*)

3.3 Definisi Operasional dan Dimensi Kualitas Pelayanan

Defnisi operasionalisasi adalah rumusan mengenai kasus atau variabel yang akan dicari untuk ditemukan dalam penelitian di dunia nyata, di dunia empiris atau lapangan yang dapat dialami (Soehardi Sigit, 2003 : 1). Variabel dalam penelitian ini yaitu Kualitas pelayanan yaitu upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono, 1997 : 51).

Dimensi dari operasional variabel :

- a. Kualitas pelayanan

Kualitas Pelayanan adalah persepsi konsumen secara keseluruhan baik keunggulan ataupun kelemahan dari organisasi dan pelayanannya (Taylor dan Baker, 1994). Parasuraman, Berry dan Zeithaml mengungkapkan bahwa kriteria yang digunakan konsumen dalam menilai kualitas pelayanan terdiri atas lima dimensi (Parasuraman,1998). Indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur persepsi kualitas pelayanan adalah :

- 1) *Tangible* yaitu menjelaskan tentang keadaan penampilan fisik. Indikatornya adalah :
 - a) PLN memiliki ruang peralatan, perlengkapan dan sarana modern
 - b) Penampilan karyawan PLN rapi dan profesional
 - c) Ruangan kantor PLN nyaman dan bersih
- 2) *Reliability* yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Indikatornya adalah :
 - a) Perhitungan tagihan (*bill*) PLN akurat sesuai dengan pemakaian pelanggan
 - b) Pelanggan nyaman pemakaian listrik yang diberikan oleh petugas PLN
 - c) Pelayanan pengaduan PLN cepat dan handal
- 3) *Responsiveness* yaitu keinginan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap. Indikatornya adalah :
 - a) Petugas PLN selalu cepat melayani pelanggan

- b) Petugas PLN siap mengatasi masalah pelanggan
 - c) Petugas PLN cepat merespon pelanggan yang datang
 - d) Petugas PLN punya kemauan untuk membantu pelanggan
- 4) *Assurance* yaitu dimensi kualitas pelayanan yang berkaitan dengan pengetahuan dan sopan santun dan kemampuan memberikan kepercayaan dan keyakinan serta jaminan rasa aman dan nyaman. Indikatornya adalah :
- a) PLN memberi jaminan keamanan pemakaian listrik
 - b) PLN memberikan perlindungan kepada pelanggan
 - c) Petugas PLN mampu menanamkan kepercayaan kepada pelanggan
- 5) *Emphaty* yaitu perhatian yang mendalam, perhatian individu oleh pihak Hotel terhadap pelanggan. Indikatornya adalah :
- a) Petugas PLN memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan
 - b) Petugas PLN menerima panggilan jika pelanggan mengalami gangguan listrik
 - c) Petugas dapat memahami kebutuhan spesifik pelanggan
 - d) Petugas PLN memperlakukan pelanggan dengan penuh

3.4 Alat Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner yang isinya terdiri dari butir-butir untuk mengukur kepentingan pelanggan dan kinerja yang dilakukan

karyawan. Masing-masing dimensi kualitas pelayanan tersebut terdiri dari tiga sampai empat pertanyaan.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Menurut Ferdinand (2006: 22), kuesioner adalah daftar pertanyaan yang mencakup semua pertanyaan dan pertanyaan yang akan digunakan untuk mendapat data, baik yang dilakukan melalui telpon, surat, dan bertatap muka. Dalam hal ini kuesioner diberikan kepada konsumen PLN

Penilaian masing-masing jawaban responden dilakukan dengan skala Likert lima point yang terdiri dari :

1. Tingkat kepentingan (*Importance*)

Sebagai pedoman bagi konsumen untuk menilai tingkat kepentingan kualitas layanan, digunakan skala Likert dengan pilihan nilai 1-5

- a. Sangat penting : skor 5
- b. Penting : skor 4
- c. Cukup Penting : skor 3
- d. Tidak penting : skor 2
- e. Sangat tidak penting : skor 1

2. Tingkat Kinerja (*performance*)

Sebagai pedoman bagi konsumen untuk menilai tingkat kinerja kualitas layanan, juga digunakan skala Likert dengan pilihan nilai 1-5

- a. Sangat Setuju (SS) : skor 5

- b. Setuju (S) : skor 4
- c. Cukup setuju : skor 3
- d. Tidak Setuju : skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju : skor 1

3.6 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Soegiyono, 2004 : 73). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa PT PLN (Persero) UPJ Pedan

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana , tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel dari populasi itu. Apa yang diambil dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil harus betul-betul mewakili (Soegiyono, 2004 : 73). Maka sampel dari penelitian ini adalah diambil dari sebagian konsumen menggunakan PT PLN (Persero) UPJ Pedan

a). Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *non probability sampling* yaitu metode pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Soegiyono, 2004:77). Dan salah satu jenis *non probability sampling* digunakan dalam pemilihan sampel adalah *purposive sampling* yaitu suatu tehnik pengambilan sampel yang didasarkan pada suatu pertimbangan pribadi dengan cara menentukan terlebih dahulu kriteria responden (Singgih Santoso dan Fandy Tjiptono, 2001:90). Kriteria yang dipilih sebagai responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa PT PLN (Persero) UPJ Pedan.

b). Jumlah Sampel

Menurut Sugiyono (2010), sampel adalah bagian dari penelitian yang dilakukan mengambil populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap bisa mewakili seluruh populasi. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah *convencience simple ramdom sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut (Sugiyono, 2010). Pengambilan sampel dalam penelitian ini mengacu pada rumus berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne2}$$

Dimana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persentase ketidakteelitian

Karena jenis penelitian ini adalah penelitian survey yang bisa dipakai dalam penelitian deskriptif, maka diambil responden sebanyak 100 orang karena sudah memenuhi syarat standar minimum sehingga telah mampu mewakili populasi.

3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.7.1. Uji Validitas

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat validitas atau kesahihan suatu instrumen. Instrumen dikatakan valid atau sah jika mampu mengukur apa yang diinginkan. (Ghozali, 2005) menyatakan bahwa untuk menguji validitas alat ukur atau instrumen penelitian, terlebih dahulu dicari nilai (harga) korelasi yang menggunakan rumus korelasi Product Moments Pearson. Validitas menguji seberapa baik suatu instrumen dibuat mengukur konsep tertentu yang ingin diukur. (Uma Sekaran 2006, p.39). uji validitas ini dapat dilakukan dengan menghitung korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total memakai rumus tehnik korelasi product moment.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Keandalan (reliabilitas) suatu pengukuran menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut tanpa batas (bebas kesalahan) dan karena itu menjamin pengukuran yang konsisten lintas waktu dan lintas beragam item dalam instrument. Dengan kata lain, keandalan suatu pengukuran merupakan indikasi mengenai stabilitas dan konsistensi di mana instrument mengukur konsep dan membantu menilai ketetapan sebuah pengukuran

(Uma Sekaran 2006, p.40). pada program SPSS metode yang digunakan dalam pengujian reliabilitas ini adalah dengan menggunakan alpha cronbach yang dimana satu kuisisioner dianggap reliable apabila cronbach alpha > 0,6

Kriteria yang digunakan (Maholtra, 2005) adalah :

- Jika nilai alpha < 0,6 , maka instrumen yang digunakan reliable.
- Jika nilai alpha > 0,6 , maka insturmen yang digunakan tidak reliable

Dalam penyajiannya dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran satu kali saja. Program SPSS memberikan fasilitas guna melakukan pengujian reliabilitas.

3.8 TEKNIK ANALISIS DATA

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis diagram kartesius. Diagram Kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (\bar{X} , \bar{Y}), dimana:

\bar{X} = Rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan/kepuasan pelanggan

\bar{Y} = Rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan pelanggan

Berdasarkan jumlah faktor yang dimiliki dalam kuesioner dibagikan, maka selanjutnya dilakukan perhitungan sebagai berikut :

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum_{i=1} \bar{X}_i}{K} \quad \bar{\bar{Y}} = \frac{\sum_{i=1} \bar{Y}_i}{K}$$

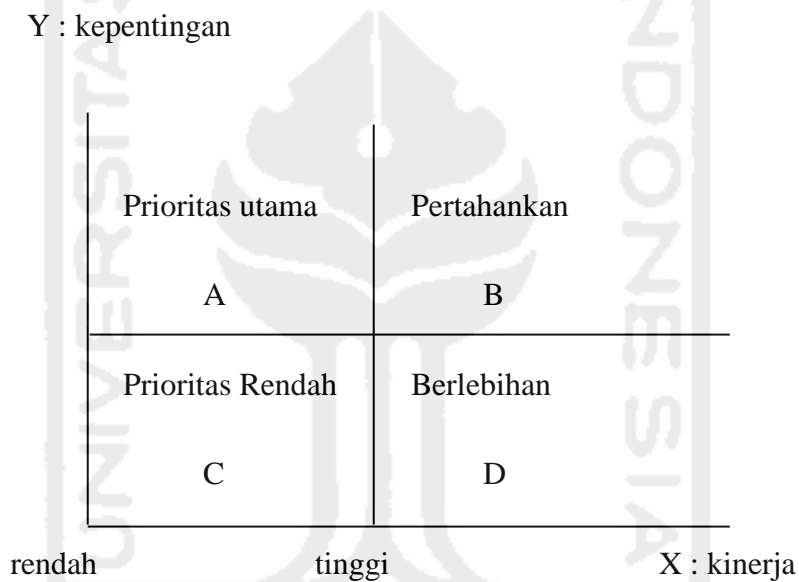
Dimana :

$\bar{\bar{X}}$ = Skor rata-rata tingkat kinerja karyawan PT PLN (Persero) UPJ Pedan

\bar{Y} = Skor rata-rata tingkat kepentingan pelanggan PT PLN (Persero) UPJ Pedan

K = Banyaknya variabel yang mempengaruhi kualitas pelayanan jasa

Rata-rata hasil penelitian keseluruhan konsumen kemudian digambarkan ke dalam importance-performance matrix atau sering disebut diagram kartesius, dengan sumber absis (X) adalah tingkat kinerja dan sumbu ordinat (Y) adalah tingkat kepentingan (Syabani, 2006 :163)



Gambar 3.1 Diagram Cartesius

Keterangan:

➤ Kuadran A

Kuadran A menunjukkan bahwa kinerja faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen lebih rendah dari kepentingan konsumen sehingga perusahaan harus meningkatkan kinerjanya agar optimal.

➤ Kuadran B

Kuadran B menunjukkan bahwa kinerja dan kepentingan konsumen terhadap faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen berada pada tingkat tinggi, sehingga perusahaan cukup mempertahankan faktor tersebut.

➤ Kuadran C

Kuadran C menunjukkan bahwa kinerja dan kepentingan konsumen berada pada tingkat rendah, sehingga perusahaan belum perlu melakukan perbaikan.

➤ Kuadran D

Kuadran D menunjukkan bahwa kinerja perusahaan berada dalam tingkat tinggi tetapi kepentingan konsumen akan kinerja faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen hanya rendah, sehingga perusahaan perlu mengurangi hasil yang dicapai agar dapat mengefisienkan sumberdaya perusahaan