

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dipilih penulis adalah PT. Telkom Yogyakarta yang masuk dalam Divisi Regional IV Telkom dengan alamat di Jalan Yos Sudarso No.9 Kotabaru Yogyakarta 55224.

Secara umum PT. Telkom Divisi Regional IV merupakan bagian dari PT. Telkom yang berpusat di Bandung. Namun pelaksanaan operasionalnya merupakan suatu perusahaan yang berdiri sendiri secara mandiri yang bekerjasama dengan PT. Mitra Global Telekomunikasi Indonesia.

PT. Telkom Divisi Regional IV merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari keberadaan Badan Usaha Milik Negara yang bergerak dalam bidang jasa telekomunikasi untuk melayani kepentingan umum. Dalam menjalankan tugasnya perusahaan memberikan yang terbaik kepada pelanggannya baik berupa produk maupun layanan yang berupa teknis dan administratif.

PT. Telkom Distrik Yogyakarta dalam menjalankan kegiatan pemasaran yang mengutamakan pelayanan masyarakat guna memenuhi jasa telekomunikasi berusaha semaksimal mungkin untuk mensosialisasikan dan memfungsikan sistem yang ada di perusahaan. Untuk itu perusahaan mempersiapkan tenaga-tenaga ahli yang mempunyai kemampuan di bidangnya.

3.2. Definisi Operasional Variabel

Untuk lebih memperjelas dan menyamakan pengertian tentang indikator-indikator yang diukur, maka diberikan penjelasan sebagai berikut :

1. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen dalam penelitian ini diasumsikan sebagai kepuasan konsumen terhadap jasa pelayanan PT. Telkom. Besarnya nilai kepuasan tersebut diukur dengan kuesioner tentang kesan subjektif para responden terhadap atribut jasa pelayanan untuk pertanyaan mengenai kepuasan konsumen berdasar tingkat harapan konsumen dengan kenyataan yang diterima oleh pelanggan tentang jasa pelayanan yang diberikan perusahaan, alternatif jawaban yang disediakan sebanyak empat skala yang masing-masing sangat baik, baik, tidak baik, dan sangat tidak baik.

2. Harapan

Harapan konsumen sangat penting berkenaan dengan indikator yang telah diterima ketika pelanggan memperoleh jasa pelayanan PT. Telkom. harapan pelanggan adalah merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk atau jasa yang dijadikan dasar atau acuan dalam menilai kinerja produk atau jasa tersebut.

Variabel untuk mengukur harapan konsumen dalam penelitian ini meliputi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti langsung, akan diuraikan sebagai berikut:

1) Bukti langsung (*tangible*)

Yaitu suatu penampilan fasilitas fisik, peralatan personel dan media komunikasi. Meliputi peralatan telekomunikasi yang digunakan PT. Telkom, fasilitas fisik yang dimiliki PT. Telkom.

2) Keandalan (*reliability*)

Yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan cepat, akurat, bebas dari kesalahan dan memuaskan.

3) Daya Tanggap (*responsiveness*)

Yaitu kesediaan para karyawan untuk menanggapi dengan segera apa yang dibutuhkan dan diinginkan pelanggan.

4) Jaminan (*assurance*)

Berupa jaminan keahlian yang dimiliki oleh para karyawannya, bahwa perusahaan menjamin mereka adalah tenaga – tenaga yang ahli dibidangnya, mendapatkan pendidikan dan latihan yang tepat, berpengalaman, memiliki dedikasi yang baik, dan dapat memberikan hasil pelayanan dengan segera dan akurat bebas dari kesalahan, bebas dari kecelakaan, menjamin rasa aman, resiko atau bebas dari ragu – ragu.

5) Empati (*emphaty*)

Yaitu kemudahan untuk melakukan hubungan secara pribadi, kekeluargaan dalam batas menjunjung etika profesi, serta komunikasi yang baik, perhatian pribadi, mengenal nama dengan baik, memahami

Pengukuran masing-masing dimensi variabel harapan, digunakan empat skala sebagai alternatif jawaban yaitu: sangat penting, penting, tidak penting, dan sangat tidak penting.

3. Kinerja

Kinerja dari PT Telkom sangat penting berkenaan dengan indikator yang telah diterima ketika pelanggan memperoleh jasa pelayanan PT. Telkom. Kinerja merupakan evaluasi konsumen setelah menggunakan produk barang atau jasa. Adapun indikator dari dimensi variabel kinerja adalah seperti pada variabel harapan diatas, sedangkan pengukurannya menggunakan empat skala sebagai alternatif jawaban yaitu: sangat baik, baik, tidak baik, dan sangat tidak baik.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan survey terhadap pelanggan PT. Telkom Yogyakarta melalui penyebaran kuesioner. Penulis membuat daftar pertanyaan yang akan dibagikan kepada responden yang diambil sebagai sampel, yaitu mengenai harapan dan kinerja PT. Telkom yang selanjutnya dijadikan sebagai dasar pengukuran kepuasan konsumen.

Bentuk kuesioner untuk pengumpulan data adalah sebagai berikut:

Bagian I

Berisi tentang karakteristik konsumen yang dapat dijadikan untuk mengukur kepuasan konsumen berdasarkan karakteristiknya. Adapun rincian dari karakteristik konsumen tersebut meliputi:

1. Gender

Gender sering berpengaruh pada sikap seseorang terhadap objek.

- Laki-laki
- Perempuan

2. Usia

Usia merupakan variabel sosial ekonomi yang sering kali digunakan sebagai barometer tingkat kematangan dalam berpikir atau menentukan pilihan.

- Kurang dari 20 tahun
- 21 tahun – 40 tahun
- Lebih dari 40 tahun

3. Tingkat pendidikan

Tingkat pendidikan adalah jenjang pendidikan terakhir yang diselesaikan oleh responden.

- SMU kebawah
- SMU keatas

4. Pendapatan/ uang saku rata-rata dalam satu bulan

Pendapatan merupakan jumlah pendapatan per bulan atau pendapatan rata-rata dalam satu bulan yang diperoleh responden.

- Kurang dari Rp. 1.000.000
- Rp. 1.000.000 sampai Rp. 2.000.000
- Lebih dari Rp. 2.000.000

5. Pekerjaan

Pekerjaan merupakan aktivitas utama yang dilakukan setiap hari oleh responden.

- Pegawai Negeri / ABRI
- Pegawai Swasta / Wiraswasta
- Pelajar / Mahasiswa
- Ibu Rumah Tangga / Pensiunan/ Petani

Bagian II

Angket ini diedarkan dengan menggunakan angket tertutup, artinya pada setiap pertanyaan yang diajukan diberikan skor 1 untuk skor terendah dan skor 4 untuk nilai tertinggi sebagai alternatif jawaban dengan kriteria sangat baik, baik, tidak baik, dan sangat tidak baik. Pada angket ini berisi tentang indikator harapan dengan pertanyaan yang meliputi hal-hal sebagai berikut:

1. Keandalan

- Gangguan sambungan telfon diatasi dengan cepat sesuai dengan waktu yang dijanjikan.
- Petugas PT. Telkom sangat ahli menangani gangguan.
- PT. Telkom sangat teliti dalam perhitungan tagihan.

2. Daya Tanggap

- PT. Telkom cepat merespon keinginan pelanggan.
- PT. Telkom cepat menanggapi keluhan.
- PT. Telkom mudah dihubungi dan tidak lama menunggu.

3. Jaminan

- Kesopanan para petugas PT. Telkom sangat baik.
- Kemampuan petugas PT. Telkom dalam memperbaiki gangguan sangat baik.
- Para staf PT. Telkom sangat dapat dipercaya.

4. Empati

- Para petugas PT. Telkom mengingat keluhan pelanggannya.
- Para petugas PT. Telkom bersikap ramah terhadap para pelanggan.
- Para petugas PT. Telkom selalu perhatian terhadap pelanggannya.

5. Bukti langsung

- Pemeliharaan sambungan dan pesawat telfon PT. Telkom sangat baik.
- Sistem pembayaran di PT. Telkom sangat mudah.
- Fasilitas kantor PT. Telkom sangat memadai.

Bagian III

Angket ini diedarkan dengan menggunakan angket tertutup, artinya pada setiap pertanyaan yang diajukan diberikan skor 1 untuk skor terendah dan skor 4 untuk nilai tertinggi sebagai alternatif jawaban dengan kriteria sangat penting, penting, tidak penting, dan sangat tidak penting. Pada angket ini berisi tentang indikator kinerja dengan pertanyaan yang meliputi indikator seperti pada bagian II.

Untuk menguji kesahihan butir pertanyaan dan keandalan digunakan Uji Validitas dan Reliabilitas.

3.3.1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan proses pengukuran untuk menguji kecermatan butir – butir dalam daftar pertanyaan untuk melakukan fungsi ukurnya, dimana pengujian dilakukan dengan mengkorelasikan skor pada masing – masing item dengan skor totalnya kemudian diolah dengan bantuan program SPSS 11.5. Untuk menghitung koefisien korelasi digunakan metode korelasi Pearson yang rumusnya adalah (Hadi, 1991:23).

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\} - \{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

dimana:

r_{xy} = koefisien korelasi antar butir (x) dengan skor variabel (y)

n = jumlah responden yang diuji coba

$\sum x$ = jumlah skor butir X

$\sum y$ = jumlah skor variabel (Y)

$\sum x^2$ = jumlah skor butir (X) kuadrat

Perhitungan sah atau tidak suatu butir pertanyaan dilakukan dengan cara membandingkan hasil korelasi item pertanyaan dan skor total dengan korelasi kritis atau korelasi tabel. Jika nilai korelasi pada setiap

item pertanyaan lebih besar daripada nilai kritis atau korelasi table ($R_h > R_t$) maka item tersebut bisa dikatakan valid.

3.3.2. Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang diinginkan dapat diandalkan sebagai alat pengumpul data serta mampu mengungkap informasi yang sebenarnya di lapangan. Instrumen yang reliabel akan dihasilkan data yang sesuai dengan kenyataan. Dari berbagai metode yang tersedia bagi instrumen, metode Spearman-Brown dipilih oleh peneliti karena kesederhanaan dan kemudahannya.

Uji reliabilitas dicari dengan rumus sebagai berikut: (Hadi,1991:26).

$$r_{11} = \frac{r_{xy}^2}{(1 + r_{xy})}$$

Dimana:

r_{11} : Koefisien reliabilitas

r_{xy} : Koefisien korelasi antara skor belahan y1 dan belahan y2

Dalam menguji Reliabilitas dengan teknik ini, skor yang diperoleh dikelompokkan menjadi dua berdasarkan belahan bagian butirmya. Dengan teknik ganjil-genap, skor butir bernomor ganjil akan

dikelompokkan sebagai belahan pertama dan skor butir bernomor genap akan dikelompokkan sebagai belahan kedua. Selanjutnya skor belahan pertama akan dikorelasikan dengan skor belahan kedua sehingga diperoleh nilai r_{xy} . Nilai Reliabilitas diperoleh kemudian dibandingkan dengan nilai dari tabel r *product moment*. Jika nilai $r_{11} > r$, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan tidak reliabel, namun jika ternyata $r_{11} < r$, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan reliabel.

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Populasi adalah jumlah dari keseluruhan obyek (satuan-satuan/ individu) yang karakteristiknya hendak diduga (Djarwanto dan Subagyo, 1993:95). Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menggunakan jasa PT. Telkom Yogyakarta. Dengan keterbatasan yang dimiliki penulis, maka dalam setiap penelitian, seorang penulis tidak mungkin dapat meneliti secara keseluruhan dari jumlah obyek yang diteliti atau keseluruhan populasi sehingga dibutuhkan sampel sebagai representasi dari populasi yang akan diteliti.

3.4.2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi (jumlahnya lebih sedikit dari jumlah populasinya) (Djarwanto dan Subagyo, 1993:95). Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *Convenience Sampling*, yaitu peneliti menyeleksi anggota populasi yang paling mudah untuk diperoleh datanya, yaitu dengan cara pengambilan sampel dari populasi yang dapat ditemui pada saat melakukan pembayaran tagihan di PT.Telkom Yogyakarta yang sekiranya dapat mewakili populasi. Penentuan jumlah sampel dihitung dengan menggunakan rumus: (Djarwanto P.S dan Pangestu Subagyo, 1993 : 195)

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{z \frac{1}{2} \alpha}{E} \right]^2$$

Dimana:

n : Jumlah sampel

Z_{1/2} : Batas luar daerah

α : Taraf kesalahan dalam pengujian yang biasa digunakan

E : Kesalahan maksimum

Dasar penentuan sampel dengan menggunakan $\alpha = 5\%$ karena pada umumnya taraf kesalahan dalam pengujian statistik ditetapkan sebesar 5%. Karena telah ditentukan $\alpha = 5\%$, maka $Z_{1/2 \alpha} = 1,96$ (dari table Z).

Peneliti juga menentukan $E=0,1$ karena ini merupakan keputusan subjektif, peneliti menginginkan tingkat kesalahan yang mungkin terjadi tidak lebih dari 0,1 (10%) sedangkan tingkat kebenaran adalah 0,9 (90%).

Dari data diatas, maka jumlah sample yang akan diteliti sebanyak :

$$n = 0,25 \left[\frac{1,96}{0,1} \right]^2$$

$$n = 96,04$$

$$n = 96,04$$

Maka berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah sample adalah 96 responden dan hal ini dianggap sudah mewakili populasi yang akan diteliti.

3.5. Metode Analisis Data

Proses analisis merupakan usaha untuk menemukan jawaban atas pertanyaan perihal rumusan-rumusan dan hal-hal yang diperoleh dalam proyek penelitian. Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

3.5.1. Analisis Deskriptif

Dengan menggunakan kuesioner yang telah disebarakan kemudian dilakukan analisis data, sehingga mendapatkan gambaran yang jelas. Metode analisa ini diterangkan dalam bentuk prosentasi disertai tabel dalam penyajiannya.

3.5.2. Analisis Statistik

Analisis statistik yang digunakan dalm penelitian ini adalah :

a. Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon

Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon adalah salah satu perhitungan uji non parametrik yang digunakan untuk membuktikan perbedaan dua sampel berhubungan, dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui kepuasan yang dirasakan pengguna jasa PT. Telkom Yogyakarta. Prosedur pengujian hipotesisnya adalah sebagai berikut:

1. Menentukan hipotesis operasional

H_0 = Tidak ada perbedaan antara hasil penilaian kinerja dan harapan yang diterima konsumen setelah menggunakan jasa PT. Telkom Yogyakarta.

H_a = Rumusan dari hipotesis ini merupakan kebalikan dari rumusan hipotesis nihil (H_0) diatas.

2. Menentukan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis.

Dalam uji hipotesis penelitian ini ditentukan taraf signifikan 5% ($\alpha = 0,05$) sehingga kriteria pengujiannya sebagai berikut:

H_0 diterima atau H_a ditolak, jika $P \geq 0,05$

H_0 ditolak atau H_a diterima, jika $P < 0,05$

3. Perhitungan

Tahap perhitungan ini dilakukan berdasar pada alat analisis yang digunakan, yaitu Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon. Sedangkan untuk lebih mempermudah memperoleh hasil, maka kegiatan perhitungannya menggunakan fasilitas komputerisasi dengan program SPSS (Santoso, 2001 : 143)

4. Pengambilan kesimpulan

Pengambilan kesimpulan merujuk pada prosedur kedua dan ketiga.

b. Uji Beda Jenjang dari Kruskal-Wallis

Uji Beda Jenjang dari Kruskal-Wallis adalah salah satu perhitungan uji non parametrik yang digunakan untuk menentukan adanya perbedaan antara kelompok amatan, misalnya gender, usia, tingkat pendidikan, pendapatan, dan pekerjaan dengan nilai kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini, analisis Kruskal-Wallis digunakan

untuk mengetahui kepuasan konsumen berdasarkan karakteristik konsumen. Prosedur pengujian hipotesisnya adalah sebagai berikut:

1. Menentukan hipotesis operasional

H_0 = Tidak ada perbedaan tingkat kepuasan pengguna jasa PT. Telkom Yogyakarta berdasar karakteristik konsumen.

H_a = Rumusan dari hipotesis ini merupakan kebalikan dari rumusan hipotesis nihil (H_0) diatas.

2. Menentukan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis.

Dalam uji hipotesis penelitian ini ditentukan taraf signifikan 5% ($\alpha = 0,05$) sehingga criteria pengujiannya sebagai berikut:

H_0 diterima atau H_a ditolak, jika $P \geq 0,05$

H_0 ditolak atau H_a diterima, jika $P < 0,05$

3. Perhitungan

Tahap perhitungan ini dilakukan berdasar pada alat analisis yang digunakan, yaitu Uji Beda Jenjang dari Kruskal-Wallis Sedangkan untuk lebih mempermudah memperoleh hasil, maka kegiatan perhitungannya menggunakan fasilitas komputerisasi dengan program SPSS (Santoso, 2001 : 172)

4. Pengambilan kesimpulan

Pengambilan kesimpulan merujuk pada prosedur kedua dan ketiga.