

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Stasiun Kereta Api Tugu Yogyakarta dan subjek yang diteliti adalah penumpang Kereta Api Taksaka.

#### 3.2. Definisi Operasional Variabel

Parasuraman *et al.*, (Tjiptono, 2008) berpendapat bahwa kualitas jasa merupakan interaksi dari semua faktor yang menjaga dari proses penciptaan jasa yang disediakan untuk konsumen. Item-item untuk kuesioner penelitian diambil dan dimodifikasi dari Muda (2014); Hartono & Robin (2012).

##### 1. Keandalan (*Reliability*)

- Ketepatan waktu keberangkatan
- Ketepatan waktu sampai ditujuan
- Pelayanan tiket yang cepat dan tepat waktu
- Keamanan perjalanan.

##### 2. Tanggapan (*Responsiveness*)

- Kemampuan petugas dalam menanggapi kebutuhan konsumen
- Kemampuan petugas dalam menanggapi keluhan penumpang
- Kemampuan petugas dalam memenuhi semua keluhan penumpang

### 3. Keyakinan (*Assurance*)

- Pengetahuan dan kecakapan petugas dalam setiap bidangnya
- Pramugari dan pramugara kereta api bertanggung jawab terhadap keamanan barang penumpang
- Masinis bertanggung jawab terhadap keselamatan jiwa penumpang

### 4. Empati (*Empaty*)

- Memberikan perhatian secara individual kepada penumpang
- Pelayanan yang ramah dan sopan
- Petugas kereta api memberikan kesan yang baik kepada penumpang
- Pelayanan yang tidak membedakan kelas
- Karyawan mampu melakukan komunikasi yang efektif dengan penumpang

### 5. Berwujud (*Tangible*)

- Kerapian penampilan petugas kereta api
- Tersedianya fasilitas AC, Toilet, dan TV yang baik.
- Kereta api memiliki ruang tunggu yang nyaman.
- Jumlah kursinya.

## 3.3. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data

### 3.3.1. Jenis Data

#### 3.3.1.1. Data Primer

Data primer yaitu data yang dihimpun secara langsung dapat dari sumbernya dan diolah sendiri oleh lembaga bersangkutan untuk dimanfaatkan (Ruslan, 2010).

Data primer ini berupa rekapitulasi data dari kuesioner yang disebarakan pada saat penelitian.

#### 3.3.1.2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (dihasilkan pihak lain) atau digunakan oleh lembaga lainnya, tetapi dapat dimanfaatkan dalam suatu penelitian tertentu. Data sekunder ini berupa data mengenai jam keberangkatan, lama perjalanan, dan perkiraan datang.

#### 3.3.2. Teknik Pengumpulan Data

Metode kuesioner (*questionnaire*) sebagai teknik pengumpulan data dilakukan dengan survei langsung kepada penumpang. Data diperoleh dari hasil jawaban responden terhadap daftar pertanyaan yang disampaikan melalui google form.

### 3.4. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

#### 3.4.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Kereta Api Taksaka.

### 3.4.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah sebagian pelanggan Kereta Api Taksaka yang berjumlah minimal 115 orang.

### 3.4.3. Teknik Pengambilan Sampel

Setiap penumpang pada dasarnya memiliki kesempatan yang sama untuk diambil sebagai sampel, namun karena saat pengambilan sudah ditetapkan waktunya, maka mereka yang menggunakan jasa pada saat penelitian, inilah yang digunakan sebagai sampel, sehingga metode pengambilan sampel penumpang Kereta Api Taksaka dengan metode *simple random sampling*. Penggunaan *simple random sampling* ini dikarenakan tiap-tiap elemen dalam populasi diketahui peluangnya untuk dapat dijadikan sampel yang dapat berpartisipasi melalui google form, yaitu responden atau konsumen yang pernah menggunakan jasa Kereta Api Taksaka.

### 3.4.4. Penentuan Jumlah Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017).-Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah sebagian konsumen yang menggunakan jasa Kereta Api Taksaka. Jumlah sampel yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini diambil minimal 115 orang responden. Pengambilan minimal 115 orang ( $\geq 100$  orang) dinilai sudah dapat mewakili responden, karena berdasarkan distribusi normal, sampel 30 atau jumlah di atasnya sudah layak untuk menggambarkan populasi dan

analisis (Franken & Wallen dalam Sugiyono, 2017). Sampel didapatkan dengan memberikan kuesioner kepada responden (Penumpang Kereta Api Taksaka) di lokasi penelitian yaitu di Stasiun Tugu Yogyakarta.

### 3.5. Pengukuran Variabel

Menurut Sugiyono (2017), Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator variabel tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Menurut Sugiyono (2017), instrumen penelitian yang menggunakan Skala Likert dapat dibuat dalam bentuk *checklist*. Berikut ini kategori-kategori dari Skala Likert :

**Tabel 3.1. Skala Likert Penelitian**

<b>Kinerja</b>	<b>Kepentingan</b>
SS = Sangat Setuju skor = 4	SS = Sangat Penting skor = 4
S = Setuju skor = 3	S = Penting skor = 3
TS = Tidak Setuju skor = 2	TS = Tidak Penting = 2
STS = Sangat Tidak Setuju = 1	STS = Sangat Tidak Penting = 1

Skala likert ini kemudian manakala individu yang bersangkutan dengan menambahkan bobot dari jawaban yang dipilih. Nilai rata-rata dari masing-masing responden dari kelas interval dengan jumlah kelas sama dengan 4 sehingga dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai Max} - \text{Nilai Min}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{4 - 1}{4} = 0,75$$

Adapun kategori dari masing-masing interval adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.2. Interval Skala Penelitian**

Interval	Kinerja	Kepentingan
3,25 s/d 4,00	Sangat Setuju	Sangat Penting
2,50 s/d 3,24	Setuju	Penting
1,75 s/d 2,49	Tidak Setuju	Tidak Penting
1,00 s/d 1,74	Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Penting

Respon yang cenderung tinggi mengidentifikasi tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dan sebaliknya respon yang cenderung rendah mengidentifikasi tingkat kepuasan pelanggan yang rendah.

### 3.6. Uji Validitas dan Reliabilitas Indikator Variabel

#### 3.6.1. Uji Validitas

Uji validitas dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur (Santoso, 2017). Pengujian validitas dilakukan dengan metode korelasi yaitu dengan melihat angka koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) pada item korelasi yang menyatakan hubungan antara skor pertanyaan dengan skor total. Dengan jumlah sampel uji kuesioner sebanyak 100 responden, sehingga derajat keyakinan digunakan tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$ , selanjutnya dilakukan analisis korelasi antara skor pertanyaan dengan skor total. Apabila nilai  $r_{xy} > r\text{-tabel} = 0,195$ , maka dapat dinyatakan item tersebut valid. Selanjutnya kuesioner tersebut akan digunakan dalam penelitian (Santoso, 2017):

#### 3.6.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana satu alat pengukur dapat menunjukkan dipercaya atau tidak (Santoso, 2017). Untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur (Santoso, 2017). Untuk pengujian reliabilitas dilakukan dengan teknik *cronbach alpha*, dengan jumlah sampel uji kuesioner sebanyak 100 responden. Suatu instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila nilai  $r_{\alpha} > 0,60$ . Perhitungan reliabilitas alat ukur penelitian ini dilakukan dengan bantuan program komputer *SPSS for Windows* (Santoso, 2017).

### 3.7. Metode Analisis Data

#### 3.7.1. Analisis Deskripsi Variabel

Analisis deskriptif dalam penelitian ini adalah analisis deskripsi variabel penelitian yang menggambarkan jawaban atau penilaian dari responden atas kuesioner yang diberikan dan distribusi frekuensi responden dan analisis strategi pelayanan.

#### 3.7.2. Analisis Kinerja dan Kepentingan (*Importance Performance Analysis*)

*Importance Performance Analysis* telah diterima secara umum dan dipergunakan pada berbagai bidang kajian karena kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisa yang memudahkan usulan perbaikan kinerja. Metode *Importance Performance Analysis* pertama kali diperkenalkan oleh Martilla & James (1977) dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal pula sebagai *quadrant analysis* (Latu & Andre, 2000). *Importance Performance Analysis* mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, dan faktor-faktor pelayanan menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan. *Importance Performance Analysis* menggabungkan pengukuran kesesuaian faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi.



Dalam penelitian ini ada dua buah variabel yang diwakilkan oleh X dan Y, dimana X merupakan skor penilaian kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan konsumen dan Y merupakan skor penilaian kepentingan konsumen. X (kepentingan) lebih besar atau sama besar dari Y (kinerja) maka konsumen puas tetapi apabila lebih kecil, maka konsumen tidak puas.

Rumus yang digunakan:

$$TK_i = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

Keterangan :

TK<sub>i</sub> = Tingkat kesesuaian responden.

X<sub>i</sub> = Skor penilaian kinerja perusahaan.

Y<sub>i</sub> = Skor penilaian kepentingan konsumen.

Maka untuk setiap atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu dengan rumus :

$$\bar{X} = \frac{X_i}{n} \quad \bar{Y} = \frac{Y_i}{n}$$

$\bar{X}$  = Skor rata-rata kinerja atau pelaksanaan

$\bar{Y}$  = Skor rata-rata kepentingan konsumen

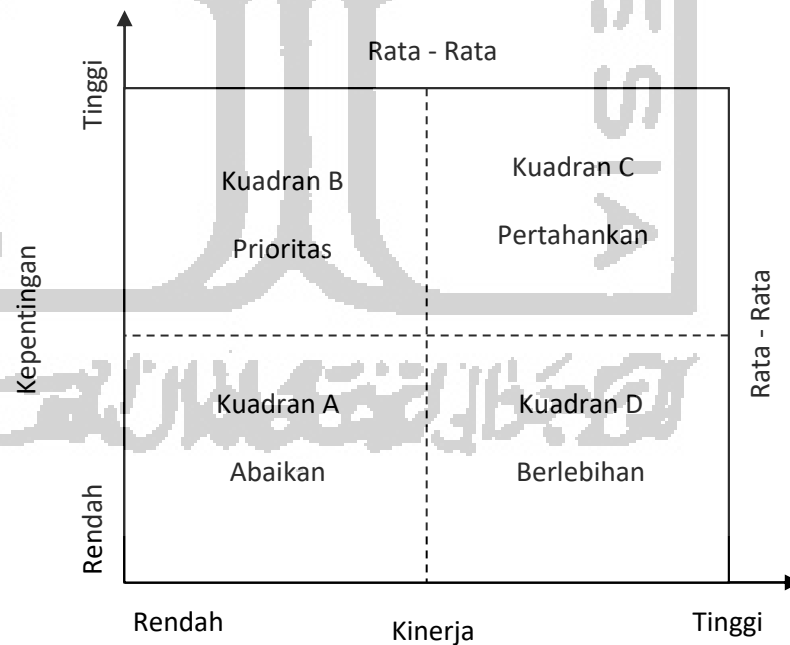
Penelitian terdapat empat faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, sehingga  $K = 4$

Rumus yang digunakan:

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

K = banyaknya faktor yang dapat mempengaruhi konsumen.

*Importance Performance Analysis* menggabungkan pengukuran faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi yang memudahkan penjelasan data dan mendapatkan usulan praktis. Interpretasi grafik *Importance Performance Analysis* sangat mudah, dimana grafik *Importance Performance Analysis* dibagi menjadi empat buah kuadran berdasarkan hasil pengukuran *Importance-Performance* sebagaimana terlihat pada Gambar 3.1.



**Gambar 3.1**  
**Matrik *Importance Performance Analysis***

Merujuk Gambar 3.1 dari penerapan *Importance Performance Analysis* dihasilkan empat kuadran yang berisi empat kemungkinan kelompok aspek-aspek yang diteliti, yaitu sebagai berikut ini :

- a. Kuadran A, “Abaikan” : Baik skor tingkat kepentingan maupun kinerja bernilai rendah. Aspek-aspek yang termasuk ke dalam kelompok ini dapat diabaikan dari perhatian manajemen di masa-masa mendatang.
- b. Kuadran B, “Prioritas” : Memiliki skor yang tinggi dari sisi tingkat kinerja namun memiliki skor yang rendah dari sisi kepentingan. Hasil ini menunjukkan letak kurang puas nya para pelanggan.
- c. Kuadran C, “Pertahankan” : Memiliki skor yang tinggi baik dari sisi tingkat kepentingan maupun kinerjanya. Aspek-aspek pada kategori ini merupakan aspek-aspek yang ideal, karena ini menunjukkan bahwa organisasi memiliki keunggulan di bidang-bidang yang dianggap penting oleh pelanggan.
- d. Kuadran D, “Berlebihan ” : Skor tingkat kepentingan tinggi namun skor kinerja rendah. Hasil menunjukkan bahwa organisasi terlalu banyak terfokus pada aspek-aspek yang berdampak kecil terhadap kepuasan pelanggan, sehingga sumberdaya yang semula dialokasikan pada aspek-aspek lain yang memiliki skor tingkat kepentingan tinggi namun kinerjanya rendah.

Secara umum, langkah-langkah *Importance Performance Analysis* adalah sebagai berikut ini (Magal & Lavenburg, 2005).

- a. Pertama, mengidentifikasi elemen-elemen/aspek-aspek kritis yang akan dievaluasi.
- b. Kedua, mengembangkan instrumen survei yang digunakan untuk mendapatkan penilaian tingkat kepentingan serta kinerja dari elemen-elemen/aspek-aspek yang diperoleh 4 (empat) langkah.
- c. Ketiga, menghitung nilai rata-rata tingkat kepentingan serta kinerja masing-masing elemen.
- d. Keempat, rata-rata nilai tingkat kepentingan serta kinerja tersebut kemudian diplot ke dalam matrik dua dimensi; biasanya sumbu vertikal mewakili nilai rata-rata tingkat kepentingan dan sumbu horizontal mewakili nilai rata-rata kinerja.

Ada dua macam metode untuk menampilkan data *Importance Performance Analysis* yaitu (Magal & Lavenburg, 2005):

Pertama menempatkan garis perpotongan kuadran pada nilai-nilai pada sumbu tingkat kepuasan dan sumbu prioritas penanganan dengan tujuan untuk mengetahui secara umum penyebaran data terletak pada kuadran berapa.

Kedua menempatkan garis perpotongan kuadran pada nilai rata-rata hasil pengamatan pada sumbu tingkat kepuasan dan sumbu prioritas penanganan dengan tujuan untuk mengetahui secara spesifik masing-masing faktor terletak pada kuadran berapa. Metode yang kedua inilah lebih banyak dipergunakan oleh para peneliti.