

### BAB III

#### METODE PENELITIAN

##### 3.1 Gambaran Umum Perusahaan

Sebelum tahun 2001 perusahaan tersebut masih berupa bengkel service untuk umum, dan pada tahun 2001 bengkel tersebut berubah menjadi bengkel AHAS 1568 FAMILY MOTOR. Modal dari Bengkel AHAS 1568 FAMILY MOTOR berasal dari perorangan yaitu bernama Muhammad Fadhil yang bertempat tinggal di Banjarnegara. Karena perusahaan tersebut bukan perusahaan yang Go Public, maka harga saham tidak diketahui dan tidak ditawarkan kepada kalangan umum. Dengan kata lain, Bengkel AHAS 1568 FAMILY MOTOR merupakan perusahaan keluarga (pribadi).

3.1.1 Bentuk modal yang dimiliki oleh Bengkel AHAS 1568 FAMILY MOTOR antara lain:

- Tanah seluas 512 M<sup>2</sup>, beserta gedung yang berdiri diatas tanah tersebut
- Peralatan terdiri dari:
  1. Lift pengangkat motor
  2. Genset
  3. Kompresor
  4. Special Tool

#### 5. Pemadam kebakaran

- Gudang spare part seluas 5X8m.
- Inventaris kendaraan berupa sepeda motor sebanyak 2 buah.

#### 3.1.2 Lokasi Penelitian

Bengkel AHAS 1568 FAMILY MOTOR berkedudukan di JL. A Yani No. 100A Wonosobo Jawa Tengah. Alasan dari pemilihan lokasi perusahaan adalah letaknya yang sangat strategis yaitu pada jalur utama Wonosobo-Banjarnegara, sehingga masyarakat umum dapat menjangkaunya dengan mudah.

#### 3.1.3 Bentuk usaha yang dikelola Bengkel AHAS 1568 FAMILY MOTOR

Bentuk usaha yang dikelola oleh Bengkel AHAS 1568 FAMILY MOTOR antara lain:

##### a. Spare Part Departement

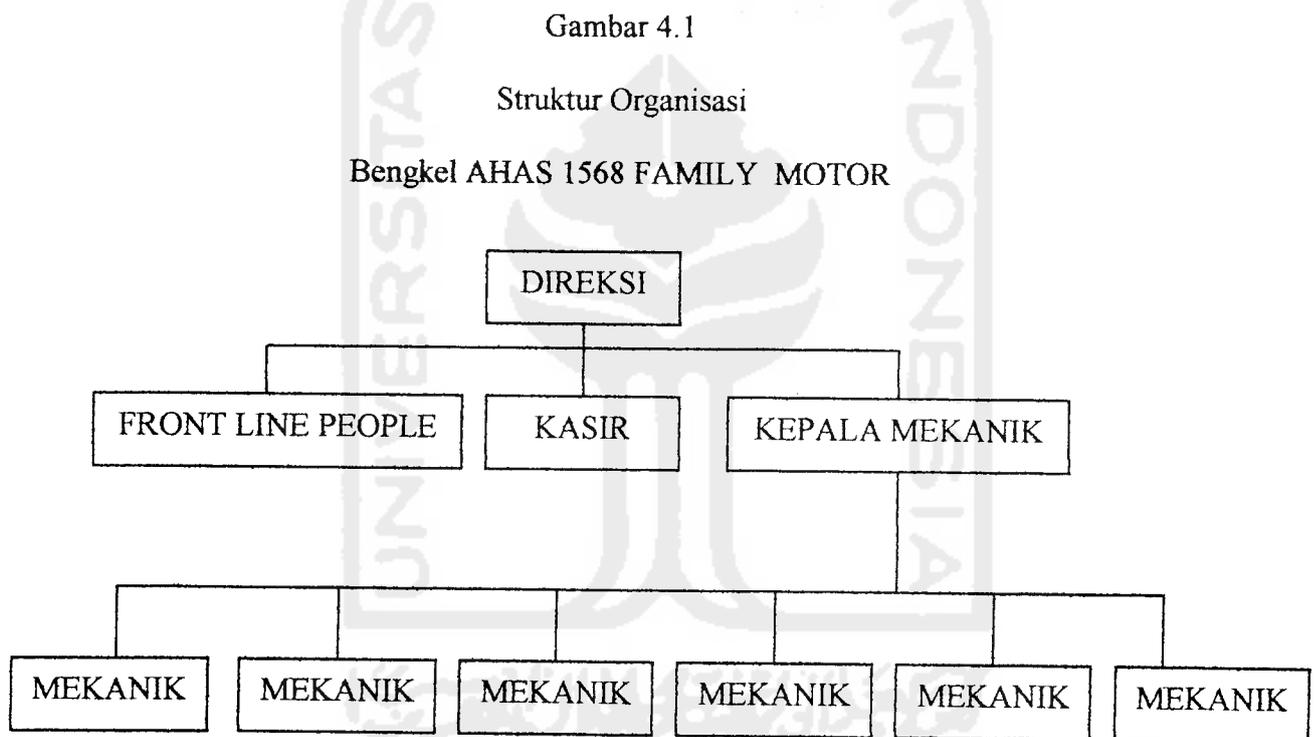
Yaitu penjualan suku cadang asli (original) khususnya merk Honda. Keaslian suku cadang ini dibuktikan dengan disuplainya suku cadang oleh PT. Astra Honda Motor dari Yogyakarta dan PT. Nusantara Sakti dari Semarang.

##### b. Service Departement

Yaitu melakukan perawatan dan perbaikan kendaraan roda dua khususnya merk Honda dan memberikan fasilitas pelayanan berupa service bergaransi dan service gratis.

### 3.1.4 Bentuk Struktur Organisasi

Struktur Organisasi merupakan hubungan wewenang dan tanggung jawab antar personal dan personalia dalam pengelolaan suatu perusahaan. Bentuk struktur organisasi Bengkel AHAS 1568 Family Motor merupakan organisasi lini, dimana rantai perintah adalah jelas dan mengalir kebawah melalui tingkatan-tingkatan managerial.



Sumber: Direksi Bengkel AHAS 1568 Family Motor Wonosobo

## **3.2 Jenis Data**

### **3.2.1. Data Primer**

Yaitu data yang dikumpulkan sendiri dan diperoleh secara langsung dari sumbernya kemudian diamati dan dicatat oleh peneliti dengan alat pengambilan data langsung sebagai sumber informasi yang dicari.

Data primer dalam penelitian ini berdasarkan hasil survei yang dilakukan peneliti terhadap pelanggan pada Bengkel AHAS 1568 FAMILY MOTOR Wonosobo. Dalam penelitian ini penulis mengambil data 100 responden yaitu data mengenai pengaruh tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan, dengan membagikan daftar pertanyaan umum dan khusus yang dijawab responden.

### **3.2.2. Data Sekunder**

Yaitu data yang diperoleh dari dokumen-dokumen perusahaan, literatur-literatur yang terkait dengan permasalahan penelitian. Adapun data tersebut antara lain data yang diperoleh dari Bengkel AHAS 1568 FAMILY MOTOR Wonosobo dan bersifat melengkapi data primer.

## **3.3 Metode Pengumpulan Data**

### **3.3.1 Metode wawancara.**

Wawancara adalah suatu proses interaksi dan komunikasi untuk memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab

dengan bertatap muka secara langsung. Metode wawancara ini menggunakan jenis wawancara tak terstruktur yaitu wawancara yang dilakukan tidak menggunakan instrumen penelitian atau daftar pertanyaan yang telah ditentukan sebelumnya sebagai pedoman wawancara. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar dari permasalahan yang akan ditanyakan.

### 3.3.2. Metode angket (kuisisioner).

Kuisisioner adalah metode pengumpulan data dengan cara memberikan kuisisioner (daftar pertanyaan) secara logis, terperinci dan lengkap yang berhubungan dengan masalah yang diteliti kepada responden.

### 3.3.3 Teknik Kepustakaan

Sebagai penunjang terhadap pelaksanaan penelitian dan untuk menambah wawasan maka digunakan beberapa buku yang berhubungan dengan teori yang mendukung penelitian.

## 3.4 Populasi dan Sampel

### 3.4.1. Populasi

Menurut Djarwanto dan Subagyo (1996 : 107) populasi adalah jumlah dari keseluruhan obyek (satuan-satuan atau individu-individu) yang karakteristiknya hendak diduga. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan.

### 3.4.2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap bisa mewakili seluruh populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Accidental Sampling atau sering disebut dengan istilah Opportunite sampling yaitu teknik sampling dengan mendasarkan diri secara kebetulan saja, atau sampel yang ditemui pada saat sedang menggunakan jasa bengkel. Penentuan sampel ditentukan dengan menggunakan rumus :

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

Dimana :

n : jumlah sampel

Z : Nilai standar deviasi pada  $\alpha / 2$

$\alpha$  : Tingkat kesalahan

E : Tingkat kesalahan pengambilan sampel maksimum yang diinginkan peneliti

Dengan taraf signifikansi sebesar 5 % dan diinginkan kesalahan sampel maksimal 10 %, maka :

$$n = \frac{1}{4} \left[ \frac{1,96}{0,1} \right]^2$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan hasil perhitungan jumlah sampel adalah 96,04 dibulatkan menjadi 105 responden. Hal ini dianggap sudah cukup untuk mewakili populasi yang akan diteliti.

### 3.5 Uji Instrumen Penelitian

#### 3.5.1 Uji Validitas (Kesasihan)

Validitas diartikan sebagai proses pengukuran untuk menguji kecermatan butir-butir dalam daftar pertanyaan untuk melakukan fungsi ukurnya; semakin kecil varians kesalahan, semakin valid alat ukurnya. Uji Validitas wajib dilakukan oleh setiap peneliti agar dapat diperoleh butir-butir pertanyaan yang sesuai dan dapat dipercaya untuk mengukur suatu konsep. Pengujian ini dilakukan dengan mengkorelasikan skor pada masing-masing item dengan skor totalnya kemudian diolah dengan bantuan program SPSS 12.0. Untuk menghitung koefisien korelasi digunakan metode korelasi Pearson yang rumusnya adalah:

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

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

Uji validitas bertujuan untuk mengukur sejauh mana ketepatan suatu alat ukur melakukan fungsi ukurnya. Teknik yang digunakan untuk uji validitas adalah korelasi *Pearson Product Moment*. Instrumen pengukuran dikatakan memiliki validitas yang tinggi, apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukur yang sesuai dengan maksud dilakukan pengukuran tersebut. Secara statistik, angka korelasi yang diperoleh harus dibandingkan dengan angka kritik tabel korelasi nilai r. Untuk taraf signifikansi 0,05 dengan jumlah responden sebanyak 30 orang sebagai sampel uji coba (tray out) penelitian maka angka kritiknya adalah 0,306

Berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan yang terdiri dari masing-masing 20 butir pada variabel kinerja, dan harapan dapat dinyatakan valid, karena r hitung (*Corrected Item Total Correlation*) lebih besar dari r tabel. Dengan demikian seluruh butir pertanyaan dapat digunakan untuk mengukur data secara tepat

Hasil Uji Validitas tersebut ditunjukkan pada tabel berikut 4.1:

**Tabel 4.1**  
**Hasil Uji Validitas**

Harapan				Kinerja			
Butir	r xy	r tabel	Keterangan	Butir	r xy	r tabel	Keterangan
H1	0.3516	0.306	Valid	K1	0.5248	0.306	Valid
H2	0.5670	0.306	Valid	K2	0.5195	0.306	Valid
H3	0.3368	0.306	Valid	K3	0.6459	0.306	Valid
H4	0.6152	0.306	Valid	K4	0.5624	0.306	Valid
H5	0.6179	0.306	Valid	K5	0.7253	0.306	Valid
H6	0.8407	0.306	Valid	K6	0.7853	0.306	Valid
H7	0.4112	0.306	Valid	K7	0.7916	0.306	Valid
H8	0.7799	0.306	Valid	K8	0.3754	0.306	Valid
H9	0.4050	0.306	Valid	K9	0.6854	0.306	Valid
H10	0.6163	0.306	Valid	K10	0.6488	0.306	Valid
H11	0.3630	0.306	Valid	K11	0.7763	0.306	Valid
H12	0.6784	0.306	Valid	K12	0.6732	0.306	Valid
H13	0.5811	0.306	Valid	K13	0.6954	0.306	Valid
H14	0.5082	0.306	Valid	K14	0.7029	0.306	Valid
H15	0.7121	0.306	Valid	K15	0.7859	0.306	Valid
H16	0.4545	0.306	Valid	K16	0.6588	0.306	Valid
H17	0.6378	0.306	Valid	K17	0.6327	0.306	Valid
H18	0.7354	0.306	Valid	K18	0.5261	0.306	Valid
H19	0.4459	0.306	Valid	K19	0.6312	0.306	Valid
H20	0.6775	0.306	Valid	K20	0.3679	0.306	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2006

### 3.5.2 Uji Realibilitas (keandalan)

Reliabilitas diartikan sebagai proses pengukuran yang menunjukkan suatu pengukuran dapat memberikan hasil yang relatif sama (konsisten) jika dilakukan pengukuran ulang terhadap subjek yang sama; semakin kecil perbedaan hasil yang diperoleh, semakin andal tesnya. Uji reliabilitas wajib dilakukan oleh setiap peneliti agar dapat diperoleh butir-butir pertanyaan yang dapat diandalkan.

Pengujian reliabilitas terhadap daftar pertanyaan dilaksanakan dengan menggunakan program SPSS 12.0.

Uji reliabilitas atas setiap pertanyaan angket dilakukan dengan menggunakan metode Alpha dengan rumus sebagai berikut:

$$\alpha = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum s_j^2}{s_x^2} \right]$$

Dimana:

$k$  = banyaknya belahan tes

$s_j^2$  = variansi belahan  $j$ ;  $j : 1, 2, \dots, k$

$s_x^2$  = variansi skor tes

Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas, peneliti akan membuat keputusan mengenai butir-butir pertanyaan yang akan digunakan. Jika ternyata validitas dan reliabilitas pertanyaan dianggap kurang memadai, maka butir-butir pertanyaan tersebut akan ditinjau kembali (diperbaiki atau disusun ulang). Namun, jika validitas maupun reliabilitas pertanyaan tersebut memadai, maka pertanyaan-pertanyaan tersebut akan digunakan dalam penelitian.

Uji ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur dapat memberikan hasil yang konsisten bila digunakan untuk mengukur obyek yang sama dengan alat ukur yang sama. Teknik yang digunakan untuk menilai reliabilitas adalah *Cronbachis Alpha*, dengan cara menyebarkan angket/kuesioner kepada para pelanggan Bengkel AHAS 1568 FAMILY

MOTOR Wonosobo. Suatu instrument penelitian dapat dikatakan reliabel (andal), jika alpha lebih dari 0.60 (Nunally, dalam Ghozali : 2001)

Hasil pengujian reliabilitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

**Tabel 4.2**  
**Hasil Pengujian Reliabilitas**

Penilaian	Koef. Alpha Cronbach	Nilai Kritis	Keterangan
Harapan	0,9123	0.6	Handal
Kinerja	0,9326	0.6	Handal

Berdasarkan ringkasan hasil uji reliabilitas seperti yang terangkum dalam tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien Cronbach Alpha baik pertanyaan kinerja maupun harapan seluruh dimensi lebih besar dari 0,6. Dengan mengacu pada pendapat diatas, maka semua butir pertanyaan dalam variabel penelitian adalah handal. Sehingga butir-butir pertanyaan dalam variabel penelitian dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

### 3.6 Tehnik analisa

#### Metode Analisis Data

##### 3.6.1. Analisis Deskriptif

Analisis ini disajikan dalam bentuk tabel - tabel yang didasarkan pada hasil jawaban yang diperoleh dari responden, baik berupa karakteristik konsumen ataupun penilaian sikap konsumen.

### 3.6.2.. Analisis Kuantitatif

Analisis Kuantitatif Merupakan suatu metode analisis data dengan menggunakan rumus - rumus dalam bentuk angka yang menggunakan alat statistik (engel, et al, 1995 : 348)

Indeks kepuasan konsumen dapat diperoleh dengan menggunakan penilaian dengan model skala likert yang ditentukan dalam 5 (lima) tingkat.

Kelima penilaian tersebut adalah :

- Nilai 5 diberikan untuk jawaban Sangat baik
- Nilai 4 diberikan untuk jawaban Baik
- Nilai 3 diberikan untuk jawaban Cukup Baik
- Nilai 2 diberikan untuk jawaban Tidak Baik
- Nilai 1 diberikan untuk jawaban Sangat Tidak Baik

Berdasarkan skor harapan dan persepsi, maka dihasilkan suatu perhitungan tingkat kesesuaian responden. Tingkat kesesuaian responden adalah hasil perbandingan skor penilaian harapan pelanggan dengan skor penilaian persepsi pelanggan tingkat kesesuaian responden inilah yang akan menentukan tingkat kepuasan konsumen.

Dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) buah variabel yang diwakilkan oleh huruf X dan Y, dimana X merupakan skor penilaian kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan konsumen dan Y merupakan skor penilaian kepentingan konsumen. Apabila  $X \geq Y$  atau kinerja lebih besar atau sama

dengan kepentingan berarti konsumen puas, dan apabila  $X < Y$  atau kinerja lebih kecil dari kepentingan berarti konsumen kurang puas.

Rumus yang digunakan (J.Supranto, 1997. p. 241)

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

Keterangan :

$TK_i$  : Tingkat kesesuaian responden

$X_i$  : Skor penilaian kinerja karyawan

$Y_i$  : Skor penilaian kepentingan pelanggan

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat kinerja karyawan, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan pelanggan. Dalam penyederhanaan rumus, maka untuk setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan rumus (J.Supranto, 1997. p. 241)

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

Keterangan :

$\bar{X}$  : Skor rata-rata kinerja / pelaksanaan

$\bar{Y}$  : Skor rata-rata kepentingan pelanggan

N : Jumlah Responden

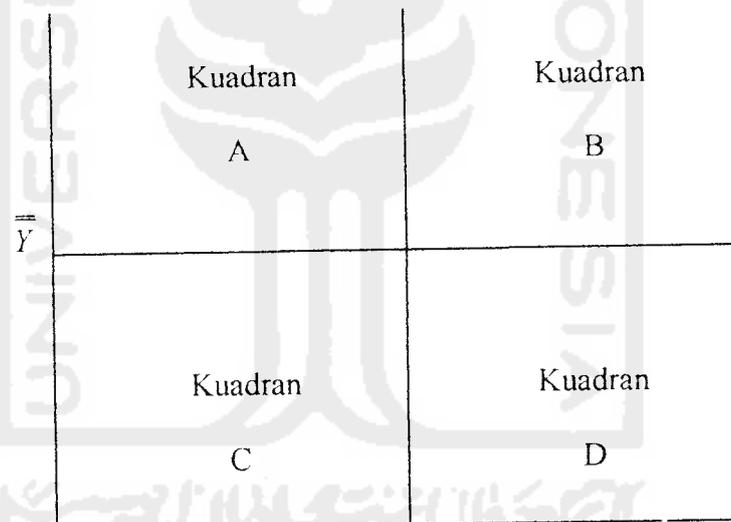
Diagram kartesius merupakan suatu bangunan yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X,Y), dimana X merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat

kinerja seluruh faktor atau atribut dan  $\bar{Y}$  adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, rumus yang digunakan (J. Supranto, 1997. p. 241)

$$\bar{X} = \frac{\sum \bar{X}_i}{K} \quad \bar{Y} = \frac{\sum \bar{Y}_i}{K}$$

Dimana  $K$  : banyaknya atribut atau fakta yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

$\bar{Y}$  = (Kepentingan/Harapan)



$\bar{X}$

$\bar{X}$  = Kinerja

Keterangan :

- A. menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur pelayanan yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan pelanggan. Sehingga mengecewakan / tidak puas
- B. menunjukkan unsur pelayanan pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankan. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.
- C. Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.
- D. Menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan. kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tapi sangat memuaskan.