

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini menggunakan responden para konsumen di Warkop Masa Gitu di Jalan Sentra Niaga Boulevard Hijau, Medan Satria, Bekasi Utara.

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 Dimensi Kualitas Pelayanan

1. *Tangible* (Bukti fisik)

Merupakan bukti langsung yang dapat dilihat. Indikator *tangible* ini meliputi :

- a. Penataan ruang yang bersih dan rapi.
- b. Suasana café yang nyaman.
- c. Tempat parkir.
- d. Penerangan yang memadai.

2. *Reliability* (Keandalan)

Yaitu kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang dijanjikan. Indikator *reliability* ini meliputi:

- a. Kecepatan makanan yang dipesan.
- b. Ketepatan makanan yang dipesan.
- c. Fasilitas pendukung yang menunjang (TV, musik, internet).
- d. Tempat duduk yang tersedia.

3. *Responsiveness* (Daya tanggap)

Adalah keinginan karyawan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Indikator dari dimensi *responsiveness* meliputi:

- a. Sikap ramah terhadap konsumen.
- b. Kecepatan dalam melayani keluhan.
- c. Pelayanan segera.
- d. Kecepatan dalam menangani masalah.

4. *Assurance* (Jaminan)

Assurance dapat diartikan sebagai jaminan pengetahuan dan kemampuan karyawan dalam melayani pelanggan dengan sifat dapat dipercaya, bebas keragu-raguan dan resiko. Indikatornya adalah:

- a. Keamanan parkir.
- b. Kepercayaan penyelesaian masalah.
- c. Kemudahan komunikasi.

5. *Empathy* (Empati)

Merupakan perhatian karyawan kepada pelanggan dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan. Indikator variabel dimensi *empathy* adalah:

- a. Melayani dengan senyum.

- b. Bersemangat dalam kerja.
- c. Mengucapkan terima kasih kepada pelanggan.
- d. Pelayanan tidak terburu-buru dan hangat.
- e. Perhatian kepada setiap kebutuhan konsumen

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 empat pertanyaan.

3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.8.1. Data

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Silalahi (2006: 266), sumber primer ini adalah suatu objek ataupun dokumen asli yang berupa material mentah dari pelaku utamanya yang disebut sebagai *first-hand information*. Data-data yang dikumpulkan di sumber primer ini berasal dari situasi langsung yang aktual ketika suatu peristiwa itu terjadi.

1. Data karakteristik responden
2. Data mengenai tingkat harapan dan kualitas

3.8.2. 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 pelanggan yang menggunakan jasa.

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

1. Jawaban sangat tidak setuju diberi bobot = 1
2. Jawaban tidak setuju diberi bobot = 2
3. Jawaban netral diberi bobot = 3
4. Jawaban setuju diberi bobot = 4
5. Jawaban sangat setuju diberi bobot = 5

3.6. Populasi dan Sampel

3.8.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010). Sedangkan menurut Kuncoro (2008) populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi, atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajari atau menjadi objek penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen Warkop Masa Gitu di Jalan Sentra Niaga Boulevard Hijau, Medan Satria, Bekasi Barat.

3.8.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2010), sampel adalah bagian dari penelitian yang dilakukan dengan 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 :

$$E = 1,96 \left[\frac{1 - P}{N} \right]$$
$$P = P(1 - P) \left(\frac{1,96}{e} \right)^2$$

Keterangan :

E = Eror

P = Proporsi populasi

N = Jumlah sampel

Jika proporsi populasi tidak diketahui maka dapat menggunakan P maksimum. Besarnya P antara 0 dan 1 maka P maksimal adalah $F(P) = P - P_2$ atau sebesar 0,5 maka besarnya sampel minimal yang dapat diambil adalah :

$$N = 0,25 \left(\frac{1,96}{0,50} \right)^2 = 96,04 \text{ (Dibulatkan menjadi 97) (Djarwanto, 2008)}$$

Pada perhitungan diatas didapat jumlah sampel sebanyak 97 yang nantinya dibulatkan menjadi 100 sampel.

3.7. Metode Analisis Data

3.8.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk memperlihatkan kelayakan butir-butir pertanyaan dalam kuesioner dan kuesioner tersebut dapat mendefinisikan suatu variabel. Metode

yang digunakan dalam uji validitas adalah metode *Correlations Pearson*. Rumus yang digunakan (Noor, 2011: 169):

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{(n\sum X^2 - (\sum X)^2)\} \{n\sum Y^2 - (n\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

- r_{xy} = Koefisien korelasi.
 X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item.
 Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item.
 $\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X.
 $\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y.
 $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X.
 $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y.
 N = Banyaknya responden

Uji validitas dilakukan setiap butir kuesioner. Hasilnya dibandingkan dengan $r_{table} | df = n-k$ dengan tingkat signifikan sebesar 0.05. Jika $r_{table} < r_{hitung}$, maka butir kuesioner disebut valid.

Dalam uji validitas ini peneliti mengambil data kuesioner dari 30 responden secara acak yang hasilnya akan digunakan untuk memvalidkan butir-butir kuesioner yang akan diberikan ke 100 sampel.

3.8.2. Uji Reliabilitas

Jogiyanto (2004) menjelaskan reliabilitas adalah menunjukkan akurasi dan ketetapan dari pengukurannya. Suatu pengukur dikatakan reliabel jika dapat dipercaya.

Agar dapat dipercaya, maka hasil dari pengukuran harus akurat dan konsisten. Dikatakan konsisten jika beberapa pengukuran terhadap subyek yang sama diperoleh hasil yang tidak berbeda. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pertanyaan dan dilakukan jika *Cronbach Alpha* (α) > 0.60 Dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* (α) (Noor, 2011: 165):

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

Keterangan:

r_{ii} = Reliabilitas instrument.

k = Banyaknya butir pertanyaan.

$\sum \alpha^2$ = Jumlah butir pertanyaan.

α^2 = Varians total

Setelah melakukan uji validitas, jawaban dari hasil kuesioner kepada 30 responden secara acak juga akan di uji reliabilitasnya.

3.8. Alat Analisis Data

3.8.1. *Importance Porformance Analysis (IPA)*

Importance Performance Analysis pertama kali diusulkan oleh Matrilla dan James (1977) sebagai alat yang gunanya memberikan wawasan manajemen untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Metode ini merupakan perbandingan antara kinerja perusahaan dan harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan, yang mana nantiya hasil dari perbandingan ini yang digunakan oleh

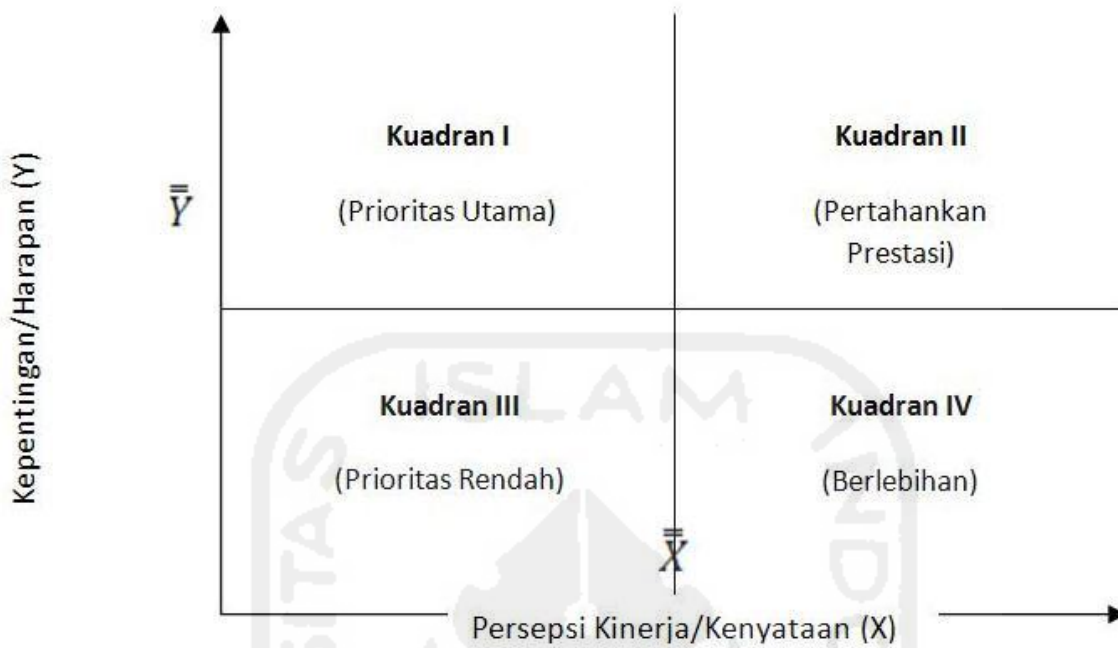
perusahaan untuk mengevaluasi kinerja perusahaan terhadap harapan pelanggan apakah sudah memenuhi harapan atau belum memenuhi harapan pelanggan terhadap kepuasan. Data yang diambil dalam metode *Importance Performance Analysis* dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada para konsumen Warkop Masa Gitu di Jalan Sentra Niaga Boulevard Hijau, Medan Satria, Bekasi Barat.

Sampel yang diambil berjumlah 100 responden. Skala yang digunakan dalam pengukuran jawaban kuesioner adalah skala Likert. Hasil dari jawaban responden akan dimasukkan ke dalam beberapa rumus dalam metode *Importance Performance Analysis*. Diagram kartesius (*Importance-performance Matrix*) adalah diagram yang terdiri dari empat bagian yang dibagi dalam dua garis yang berpotongan tegak lurus pada titik (\bar{X} dan \bar{Y}), \bar{X} adalah rata-rata dari skor tingkat kenyataan dan \bar{Y} adalah rata-rata dari skor tingkat harapan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Seluruh faktor atau atribut berjumlah 20 atau $K=20$. Rumus dapat digunakan adalah (Supranto, 2011: 242):

$$\bar{X} = \frac{\sum i = 1 \bar{x}_i}{K} \quad \bar{Y} = \frac{\sum i = 1 \bar{y}_i}{K}$$

Keterangan: K = Banyaknya atribut/fakta yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Berikut adalah gambar *Importance-performance Matrix*:



Gambar 1

Gambar 3.1. Diagram Kartesius

Keterangan diagram kartesius (Supranto, 2011: 242):

1. Kuadran A (Prioritas Utama)

Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan pelanggan. Sehingga mengecewakan.

2. Kuadran B (Prioritas Pertahankan Prestasi)

Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankan. Dianggap sangat penting dan memuaskan.

3. Kuadran C (Prioritas Rendah)

Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.

4. Kuadran D (Prioritas Berlebihan)

Menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi memuaskan.

