

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini menggunakan responden para pemakai jasa internet di Luxury Internet Cafe Jl. Kaliurang KM 4,5 Yogyakarta .

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. Memiliki ruangan ber-ac.
- c. Tempat parkir.
- d. Penerangan yang memadai.

2. *Reliability* (Kehandalan)

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

- a. Kecepatan browsing.
- b. Komputer tidak eror.
- c. Tidak ada masalah ketika berinternet.
- d. Ketersediaan fasilitas pendukung.

3. *Responsiveness* (Daya tanggap)

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

- a. Keramahan karyawan.
- 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. Mengerti internet.
- b. Keamanan parkir.
- c. Kepercayaan penyelesaian masalah.
- d. 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.

3.4 Alat Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner yang isinya terdiri dari butir-butir untuk mengukur harapan pelanggan dan kenyataan yang dirasakan pelanggan. Masing-masing dimensi kualitas pelayanan tersebut terdiri dari empat pertanyaan.

3.5 Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 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

3.5.2 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 rendah diberi bobot = 1
2. Jawaban rendah diberi bobot = 2
3. Jawaban netral diberi bobot = 3
4. Jawaban tinggi diberi bobot = 4
5. Jawaban sangat tinggi diberi bobot = 5

3.6 Populasi dan Sampel

3.6.1 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 pelanggan yang menggunakan jasa internet di Luxury Internet Cafe.

3.6.2 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 = Error

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

3.7.1 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):

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

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.

3.7.2 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 pelanggan Luxury Internet Cafe yang bertempat di Jl. Kaliurang KM 4,5, Yogyakarta. 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*.

Pengukuran tingkat harapan dan hasil penilaian kenyataan jasa pelayanan akan menghasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat harapan dan tingkat kenyataan. Pengertian dari tingkat kesesuaian sendiri adalah hasil dari perbandingan skor kenyataan dengan skor harapan, dimana tingkat kesesuaian inilah yang menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang memenuhi kepuasan pelanggan. *Importance Performance Analysis* menggunakan dua variabel yang diungkapkan oleh huruf X dan Y. Penjelasan dari huruf X adalah kenyataan jasa pelayanan dan huruf Y adalah harapan pelanggan. Rumus yang digunakan adalah (Supranto, 2011: 241):

$$T_{ki} = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

Keterangan: T_{ki} = Tingkat kesesuaian responden

X_i = Skor penilaian kenyataan.

Y_i = Skor penilaian harapan.

Selanjutnya untuk menghitung nilai rata-rata kenyataan dan nilai rata-rata harapan maka sumbu mendatar (X) diisi oleh tingkat kenyataan dan sumbu tegak (Y) diisi dengan skor tingkat harapan. Rumus yang digunakan untuk menghitung nilai rata-rata kenyataan dan nilai rata-rata harapan (Supranto, 2011: 241):

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Keterangan: \bar{X} = Skor rata-rata tingkat kenyataan.

\bar{Y} = Skor rata-rata tingkat harapan.

n = Jumlah responden.

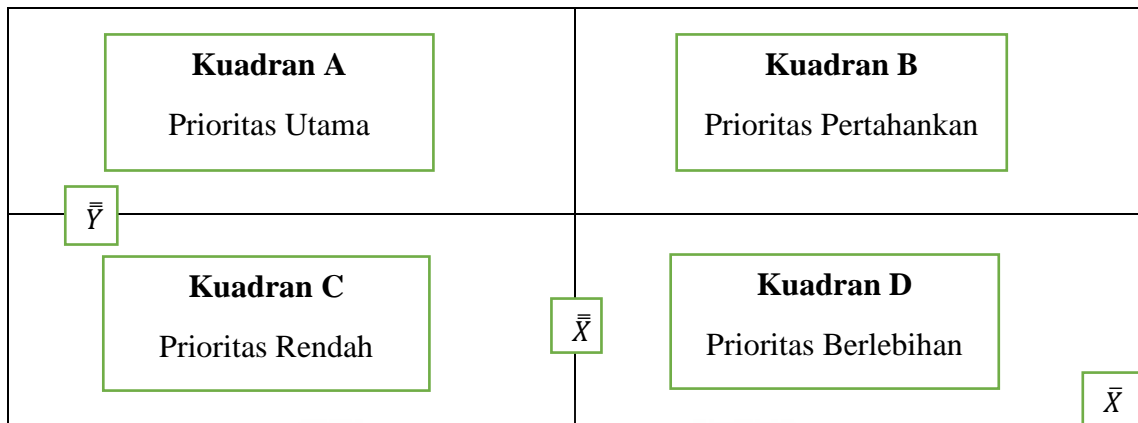
Diagram kartesius (*Importance-performance Matrix*) adalah diagram yang terdiri dari empat bagian yang dibagi dalam dua garis yang berpotongan tegak lurus pada titik (\bar{X} dan \bar{Y}), \bar{X} adalah rata-rata dari skor tingkat kenyataan dan \bar{Y} adalah rata-rata dari skor tingkat harapan seluruh 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*:

\bar{Y}



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.

3.9 Analisis GAP

Analisis GAP berisi tiga keterangan yang terdiri dari sangat memuaskan, memuaskan dan mengecewakan. Hasil itu didapatkan dari perbandingan hasil kenyataan performance dan harapan pelanggan. Jika kenyataan lebih kecil dari harapan maka pelayanan dikatakan mengecewakan, jika kenyataan sama dengan harapan maka memuaskan sedangkan jika kenyataan lebih besar dari harapan maka sangat memuaskan.

