

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian yang akan digunakan oleh peneliti adalah jenis penelitian Deskriptif. Dimana jenis penelitian deskriptif adalah metode yang digunakan untuk memperoleh gambaran secara sistematis, aktual serta akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat dan hubungan antara fenomena yang diselidiki (Sugiyono, 2004:76). Jenis data dalam penelitian ini termasuk ke dalam data yang diambil dari Survei Pendapat Umum (*Public Opinion Surveys*), yaitu suatu survei yang bertujuan untuk mengetahui pendapat umum tentang sesuatu hal. Jadi, pendekatannya adalah survei pendapat dari konsumen (*end user*) Zalora.co.id yang menjadi responden penelitian. Pendapat konsumen perusahaan diperoleh dengan cara menyebarkan instrumen penelitian berupa kuesioner (angket) kepada mereka. Tujuan dari penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan konsumen dalam berbelanja produk melalui *system online* pada Zalora.co.id.

Sedangkan sumber data dalam penelitian ini bersifat data primer, yaitu data yang diambil langsung di lapangan dengan menyebarkan instrumen penelitian berupa kuesioner. Data primer berbeda dengan data sekunder. Data sekunder, yaitu data yang diambil dari data yang telah tersedia.

Untuk dapat memperoleh data-data yang dilakukan guna mendukung penelitian ini berupa data primer. Data Primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, Sugiyono (2004:129)

Teknik dan alat pengumpul data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Penelitian dokumenter, yaitu kegiatan mempelajari catatan resmi mengenai gambaran umum perusahaan Zalora.co.id. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejarah singkat perusahaan dan keadaan umum, seperti struktur organisasi, tata kerja, visi dan misi, dan perkembangan perusahaan.
2. Penelitian kepustakaan, yaitu kegiatan mempelajari dan mengumpulkan data tertulis untuk menunjang penelitian. data yang dikumpulkan berupa literatur yang berhubungan dengan topik permasalahan penelitian, baik dalam bentuk buku, artikel majalah, ensiklopedia, kamus, dan sebagainya.
3. Penelitian lapangan, yaitu dilakukan dengan menyebarkan angket kepada konsumen (*end use*) Zalora.co.id. Pertanyaan dalam angket terbagi dalam dua kelompok, yaitu:
 - a) pertanyaan yang menerangkan identitas responden, dan
 - b) pertanyaan yang berhubungan dengan pendapat mereka terhadap kepuasan mereka terhadap atribut jasa perusahaan.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2004:72) Populasi adalah obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan Zalora.co.id.

3.2.2. Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2004:73) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Ukuran sampel yang diambil dari populasi ini adalah 100 orang atau responden yang dianggap dapat mewakili populasi yang akan diteliti.

Dalam penelitian ini menggunakan nonprobability sampling yaitu teknik pengambilan sampling yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sample. Teknik penarikan sampling dalam penelitian ini adalah aksidental sampling. Aksidental sampling adalah teknik penentuan sampling berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2003.hal.77).

3.3. Metode Analisis Data

Metode analisis data bertujuan untuk menemukan jawaban atas pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian. Metode yang digunakan adalah analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif adalah metode analisis data dengan menggunakan perhitungan atau metode statistik untuk mengolah data yang diperoleh.

3.5.1. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan akan menghasilkan data kuantitatif.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert, untuk lebih mudah dalam melakukan perhitungan maka akan diberi bobot menurut skala likert. Menggunakan skala likert ini, maka variabel yang akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan.

Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative yang berupa kata-kata. Untuk keperluan analisis kuantitatif maka jawaban harapan dan kinerja akan diberi skor sebagai berikut:

- | | |
|------------------|---|
| 1. Sangat Setuju | 5 |
| 2. Setuju | 4 |
| 3. Netral | 3 |

4. Tidak Setuju 2
5. Sangat Tidak Setuju 1

3.5.2. Uji Validitas

Validitas atau tingkat ketepatan adalah tingkat kemampuan instrumen penelitian untuk mengungkapkan data sesuai dengan masalah yang hendak diukur. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan teknik analisis butir yaitu dengan jalan mengkorelasikan skor butir (X) terhadap skor total konsumen (Y).

Validitas berarti instrumen penelitian yang merupakan bukti kemampuan dalam mengungkapkan sesuatu (yang hendak diukur) dan dicermati oleh peneliti, sesuai dengan apa yang sesungguhnya ada dalam kenyataan. Dalam pengujian ini digunakan rumus *Korelasi Produk Momen*. Suatu instrumen baru dapat dikatakan valid bila memiliki koefisien korelasi (r) lebih besar atau sama dengan 0,3 (Sugiyono, 2004:115).

3.5.3. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat kestabilan dari suatu alat ukur dalam mengukur satu gejala. Untuk menentukan reliabilitas ini digunakan *Alpha Cronbach*. Suatu alat ukur dianggap reliabel apabila nilai koefisien alpha yang diperoleh sama dengan atau lebih besar daripada 0,6.

Pengujian validitas dan reliabilitas akan menggunakan alat bantu komputer program SPSS Windows version.

3.5.4. Analisis *Importance-Performance*.

Teknik analisis data menggunakan *Importance Performance Analysis* (*IPA*), yaitu metode deskriptif kualitatif-kuantitatif dalam menganalisis data penelitian untuk menjawab perumusan masalah mengenai sampai sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja suatu perusahaan. Analisis ini berdasarkan hasil penelitian harapan konsumen dan hasil penelitian kinerja atau penampilan maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara harapan dan pelaksanaannya. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja dengan skor harapan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan (J. Supranto, 2011:241).

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang diwakilkan oleh huruf X dan Y, keterangan: X merupakan tingkat kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan para pelanggan, sedangkan Y merupakan tingkat kepentingan pelanggan. Untuk mengukur tingkat kesesuaian ini digunakan rumus (J. Supranto, 2011: 241):

Perhitungan rata-rata kinerja \bar{X}_i dan harapan \bar{Y}_i seluruh pelanggan

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

Di mana :

\bar{X}_i : Rata-rata skor penilaian kinerja.

\bar{Y}_i : Rata-rata skor penilaian harapan.

$\sum X_i$: Jumlah skor penilaian kinerja.

$\sum Y_i$: Jumlah skor penilaian harapan.

n : Jumlah responden.

Perhitungan Tingkat Kesesuaian (Tki) antara tingkat kinerja dan harapan

$$Tki = \frac{\bar{X}_i}{\bar{Y}_i} \times 100\%$$

Di mana :

Tki : Tingkat kesesuaian responden.

\bar{X}_i : Rata-rata skor penilaian kinerja (*performance*).

\bar{Y}_i : Rata-rata skor penilaian harapan pelanggan.

3.5.5. Diagram Kartesius

Analisis Diagram Kartesius dilakukan dengan perhitungan sumbu mendatar (X) akan diisi oleh tingkat skor kinerja, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat harapan. Maka untuk mengetahui setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah :

Rumus :

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

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

Di mana :

\bar{X} : Skor rata-rata tingkat kinerja.

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

$\sum \bar{X}_i$: Jumlah skor rata-rata tingkat kinerja.

$\sum \bar{Y}_i$: Jumlah skor rata-rata tingkat harapan.

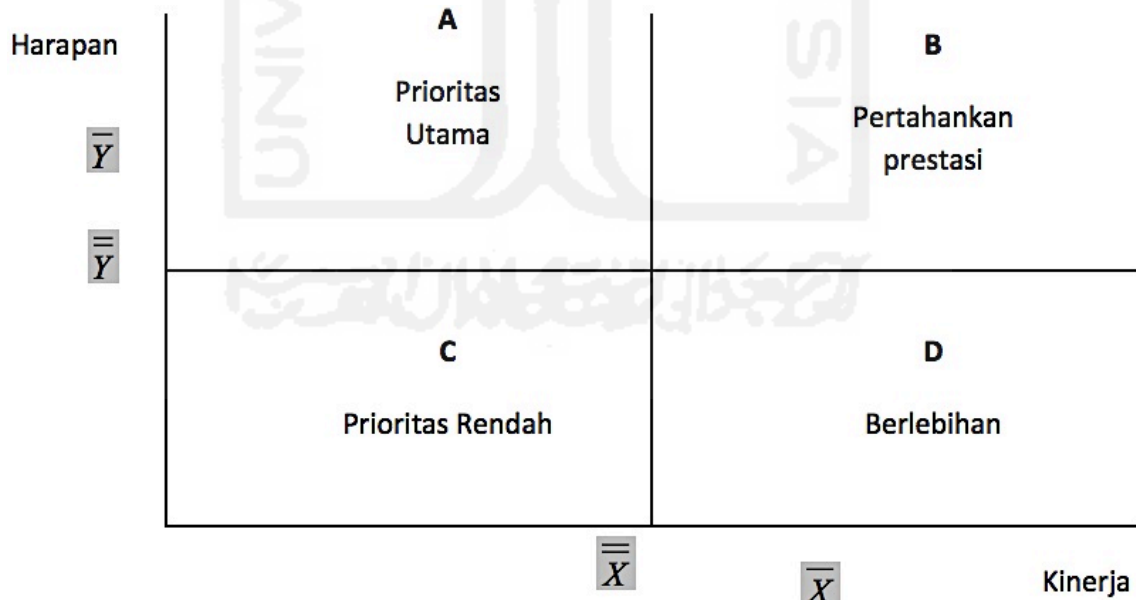
n : Jumlah responden.

Diagram Kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X , Y), dimana:

$\bar{\bar{X}}$: Rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja.

$\bar{\bar{Y}}$: Rata-rata dari rata-rata skor tingkat harapan.

Selanjutnya tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian kedalam diagram kartesius di bawah ini :



Gambar 3.1 : Diagram Kartesius

Sumber : Supranto, 2001.

Keterangan :

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