

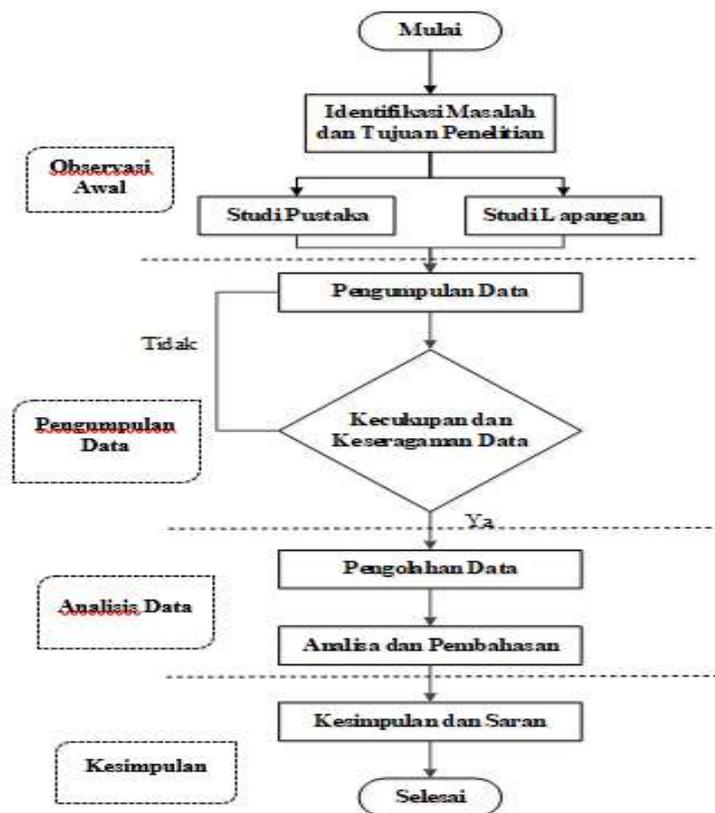
BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini, pengambilan dan perolehan data dilakukan di semua departemen PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia yang berada di jalan Trans Heksa desa Margakaya, kecamatan Teluk Jambe Barat Kawasan Karawang Jabar Industrial Estate (KJIE)

3.2 Prosedur Penelitian

Prosedur dalam penelitian ini adalah tahap demi tahap dimana cara peneliti melakukan penelitian dimulai dari awal sampai akhir. Alur penelitian ini didasarkan kondisi awal pada proses kerja, Adapun alur penelitian adalah sebagai berikut:



Gambar 3. 1 *Flowchart Penelitian*

3.3 Metode Penelitian

Untuk mendapatkan dan mengumpulkan data yang diperlukan, penulis menggunakan beberapa metode, yaitu:

1. Wawancara (interview)

Adalah pengumpulan data dengan cara tanya jawab secara langsung dengan konsumen/karyawan dan pihak manajemen yang berkaitan dengan informasi yang dibutuhkan untuk mendukung penelitian tersebut.

2. Pengamatan Langsung

Yaitu memperoleh data dengan cara melakukan pengamatan dan pencatatan secara langsung pada obyek penelitian untuk mendapatkan gambaran nyata dari masalah yang diamati.

3. Penyebaran Kuesioner

Diperlukan untuk mengetahui keinginan konsumen/karyawan (dalam penelitian ini sebagai objeknya adalah karyawan PT.Toyota Motor Manufacturing Indonesia) terhadap pelayanan yang diberikan dan sebelumnya dibuatkan daftar pertanyaan yang menyangkut atribut pelayanan tersebut.

4. Studi Pustaka

Yaitu metode pengumpulan data dari buku-buku literatur, skripsi, jurnal, internet, dan lain-lain yang berhubungan dengan masalah-masalah yang dibahas.

3.4 Data yang Diperlukan

Untuk keperluan pemecahan masalah dalam penelitian ini, maka penulis mengumpulkan beberapa data dan informasi yang terkait dengan penelitian. Data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua jenis data, yaitu:

1. Data primer

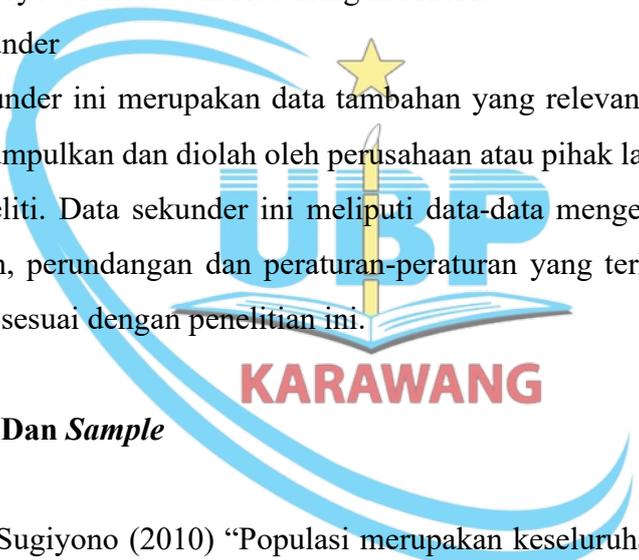
Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti di lapangan melalui penyebaran kuesioner dan wawancara dengan konsumen PT.

ISS Indonesia di PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia. Data-data yang termasuk data primer dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Data berupa jawaban dari pertanyaan dalam kuesioner yang dibagikan kepada konsumen PT. ISS Indonesia di PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia
- b. Data – data berupa respon teknis, nilai goal, nilai *sales point*, *relationship* antara *customer needs* dengan *technical response*, *technical correlation*, *process requirements* dan *quality procedures*. Data- data diperoleh peneliti melalui metode wawancara dengan pihak customer PT. ISS Indonesia di PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia

2. Data sekunder

Data sekunder ini merupakan data tambahan yang relevan dengan penelitian, yang dikumpulkan dan diolah oleh perusahaan atau pihak lain tetapi digunakan oleh peneliti. Data sekunder ini meliputi data-data mengenai profil dan data konsumen, perundangan dan peraturan-peraturan yang terkait serta data-data lain yang sesuai dengan penelitian ini.



KARAWANG

3.5 Populasi Dan *Sample*

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2010) “Populasi merupakan keseluruhan dari obyek yang diteliti”. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Konsumen PT. ISS Indonesia, yaitu karyawan PT TMMIN plant 3 yang berjumlah 500 orang

2. Sampel

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi” Sugiyono (2010). Sampel dalam penelitian ini adalah Konsumen PT. ISS Indonesia di PT TMMIN Plant 3

3. Penentuan Jumlah Sampel

Adapun penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus representative agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah

sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana. Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} \dots \dots \dots (3.1)$$

Keterangan

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

E = presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang ditolerir, e=0,1

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut:

Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai e = 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Jadi rentang sampel yang dapat diambil dari teknik Solvin adalah antara 10-20 % dari populasi penelitian.

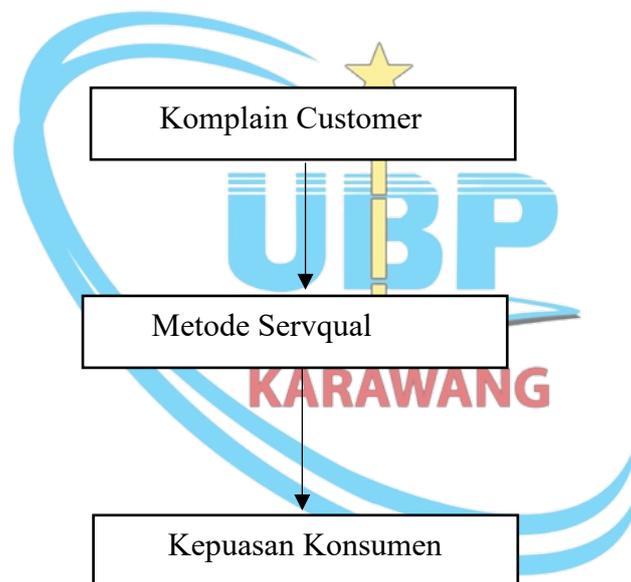
Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 500 karyawan, sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{500}{1 + 500(0,1)^2} = 84$$

4. Variable Penelitian

- Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen/terikat (Sugiyono, 2004). Didalam penelitian ini terdapat X = Kinerja Perusahaan.

- Variabel tidak bebas merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2004). Dalam penelitian ini variabel dependennya yaitu: $Y = \text{Tingkat Kepentingan Konsumen}$



Gambar 3. 2 Kerangka Pemikiran

3.6 Teknik Pengolahan Data

Metode-metode yang digunakan untuk mengolah dan menganalisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Validasi

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. Adapun caranya adalah dengan mengkorelasikan antara skor yang diperoleh padamasing-masing item pertanyaan dengan skor total individu dengan rumus korelasi product moment. Item pertanyaan dikatakan valid apabila skor item pertanyaan memiliki korelasi yang positif dan signifikan dengan skor total variabel. Untuk menguji validitas alat ukur, maka terlebih dahulu dihitung harga korelasi dengan rumus Product Moment, yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}} \dots \dots \dots (3.2)$$

Dimana:

- r_{xy} = koefisiensi korelasi
- n = jumlah responden
- $\sum y$ = jumlah skor total
- $\sum x$ = jumlah skor item
- $\sum x^2$ = jumlah kuadrat skor item
- $\sum y^2$ = jumlah kuadrat skor total
- $\sum xy$ = jumlah kuadrat skor total

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan pada pertanyaan yang dinyatakan valid. Uji ini digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan Atribut dari variabel atau konstruk menurut Ghazali (2006). Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki Cronbach's Alpha > 0.60, menurut Imam Ghozali (2006). Adapun rumus Cronbach's Alpha adalah sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1}\right)\left(1 - \frac{\sum \alpha_0^2}{\alpha_1^2}\right) \dots \dots \dots (3.3)$$

dimana:

r_{11} = koefisien reliabilitas alpha cronbach

k = jumlah soal

$\sum \alpha_0^2$ = jumlah varian

α_1^2 = varian total

3. Gap Atribut

Gap Atribut atau perhitungan service quality yang dihitung dalam penelitian ini yaitu dengan mengukur kesenjangan (gap) yang terjadi akibat ketidaksesuaian antara harapan dan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diterima. Adapun rumus yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan rumus Zeithaml (2006):

$$\text{skor gap servqual} = \text{skor persepsi} - \text{skor harapan} \dots (3.4)$$

Sebelum mengetahui seberapa besar masing-masing setiap atribut pertanyaan skor harapan dan skor persepsi, ada baiknya untuk diketahui terlebih dulu nilai harapan dan nilai persepinya, dengan cara menghitung:

a. Menghitung skor total masing-masing atribut pertanyaan, rumus:

$$\text{skor total} = (p1 \times 1) + (p2 \times 2) + (p3 \times 3) + (p4 \times 4) + (p5 \times 5) (3)$$

b. Menghitung skor harapan/persepsi, rumus :

$$\text{skor harapan \backslash persepsi} = \frac{\text{skor total}}{\text{jumlah responden}} \dots \dots \dots (3.5)$$

c. Menghitung persentase skor harapan/persepsi, rumus :

$$\text{skor maksimum} = \text{jumlah responden} \times \text{nilai jawaban tertinggi}$$

$$\text{presentase skor harapan \backslash persepsi} = \frac{\text{skor harapan/persepsi}}{\text{skor maksimum}} \dots \dots (3.6)$$

4. Pengukuran Gap Variabel

Selanjutnya variable-variabel yang telah diukur ditentukan nilai rata-rata Gap per dimensi kualitasnya. Dari masing-masing variabel, atributnya dijumlahkan kemudian dirata-ratakan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui variabel mana yang paling berpengaruh terhadap menurunnya kualitas layanan/jasa, yaitu dengan menentukan nilai variabel yang memiliki nilai negatif yang paling besar. Adapun rumus yang digunakan, yaitu :

$$\text{Rata – rata Gap per Dimensi} = \frac{(a_1 \times a_2)}{n} \dots \dots \dots (3.7)$$

Dimana:

a_1 = atribut dari masing – masing variabel

a_2 = atribut selanjutnya dari variabel yang sejenis

n = jumlah atribut masing – masing variabel

5. SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*)

SPSS sebagai software statistik pertama kali dikembangkan sekitar tahun 1968 oleh Norman H. Nie, C. Hadlay Hull dan Dale H. Bent dari *Stanford University*. Pada tahun 1984 dikeluarkan SPSS untuk PC sedangkan untuk versi windows pada tahun 1992. SPSS awalnya merupakan singkatan dari *Statistical Package for the Social Sciences*, sejalan dengan berkembangnya SPSS itu sendiri sekarang SPSS mempunyai kepanjangan *Statistical Product and Services Solutions*. SPSS merupakan suatu program komputer statistik yang mampu mengolah atau memproses data statistik secara cepat dan tepat, untuk mendapatkan berbagai hasil atau output yang dikehendaki para pengambil keputusan. Untuk memantapkan posisinya sebagai salah satu *market leader* dalam *business intelligence*, SPSS juga menjalin aliansi strategis dengan *software house* terkemuka dunia lainnya, seperti *Oracle Corp*, *Business Object*, serta *Ceres Intregated Solutions*