

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini fokus pada pengembangan kualitas pelayanan untuk memenuhi kepuasan konsumen dengan menganalisis atribut layanan mana saja yang berpengaruh pada kepuasan konsumen menggunakan metode *Quality Function Deployment*. Adapun tahapan yang terkait dengan metode dan teknik pada penelitian ini dapat dipahami dalam penjelasan berikut ini.

#### **3.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada salah satu dealer resmi sepeda motor Honda, CV Duta Victory Raya Karawang yang berlokasi di Jl. Surotokunto No.55 Adiarsa Timur, Kabupaten Karawang, Provinsi Jawa Barat.

#### **3.2 Data Penelitian**

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder yang diuraikan pada bagian dibawah ini.

##### **3.2.1 Data Primer**

Data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung untuk memberikan data kepada peneliti (Sugiyono, 2012). Data primer yang dapat menggambarkan permasalahan dalam penelitian ini adalah data kuesioner kualitas pelayanan (Konsumen CV Duta Victory Raya)

##### **3.2.2 Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumber-sumber yang telah ada (Sugiyono, 2012). Data sekunder juga digunakan sebagai pelengkap dari data primer, sehingga menjadi dasar dalam penentuan masalah yang akan diteliti. Berikut adalah data sekunder dalam penelitian ini:

- a. Data Penjualan Sepeda Motor Karawang (BPS)
- b. Pertumbuhan Sektor Industri Kabupaten Karawang (BPS)
- c. Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja Kabupaten Karawang (BPS)
- d. Data penjualan sepeda motor pada periode bulan Januari – Desember 2020
- e. *EBook Quality Management for Organizational Excellence (Introduction to Total Quality)*

- f. *EBook Metode Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*
- g. *Buku Total Quality Management*
- h. *Jurnal Ilmiah*

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam melakukan penelitian ini meliputi teknik studi pustaka, wawancara, dan observasi. Data terkait dalam permasalahan yang akan diteliti diperoleh dari hasil pengamatan yang dilakukan di CV Duta Victory Raya, serta peninjauan secara langsung aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh karyawan dan konsumen. Sedangkan data mengenai atribut kepuasan konsumen yang akan diperoleh dengan cara observasi melalui kegiatan sosialisasi kepada karyawan sales *counter* pada CV Duta Victory Raya

#### 3.3.1 Wawancara

Dalam proses proses wawancara untuk pengumpulan data dilakukan secara langsung dengan 3 (tiga) staff penting di CV Duta Victory Raya agar dapat diperoleh data dan informasi terkait penelitian yang akan dilakukan. Staff yang dijadikan sebagai narasumber dalam wawancara ini diantaranya adalah Kepala PIC (*Personal In Charge*), Admin CRM (*Customer Relationship Management*), dan Sales *Counter*.

#### 3.3.2 Observasi

Observasi penelitian ini dilakukan dengan melakukan pencatatan data dan informasi aktual secara sistematis terkait variabel penelitian dengan cara pengamatan langsung terhadap aktivitas di CV Duta Victory Raya.

Adapun wawancara dan observasi yang telah dilakukan oleh peneliti sehingga menghasilkan beberapa data yang dirangkum pada tabel dibawah ini:

**Tabel 3.1** Hasil Wawancara dan Observasi

No	Wawancara dan Observasi
1.	Dalam proses Penjualan unit sepeda motor honda mengalami kenaikan dan penurunan pada periode tertentu.
2.	Pelaku usaha merasa sulit dalam mendapatkan konsumen, karena banyaknya pelaku usaha yang serupa.
3.	Proses dalam pelayanan perlu adanya evaluasi atau perbaikan-perbaikan yang sesuai dengan keinginan konsumen berdasarkan teknologi dan ilmu yang tepat guna.
4.	Terjadi perbedaan antara ekspektasi harapan konsumen dengan kesesuaian pelayanan yang ada pada CV Duta Victory Raya.
5.	Proses pelayanan pembelian unit sepeda motor sudah sesuai dengan standarisasi yang berlaku.

### 3.3.3 Penyebaran Kuesioner

Untuk memenuhi kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan perlu berdasarkan *Voice of Customer*, adapun data tersebut didapatkan dengan cara melakukan penyebaran kuesioner kepada Staff Duta Victory untuk diberikan kepada konsumen, agar peneliti dapat menyesuaikan kebutuhan di CV Duta Victory Raya sehingga suara konsumen dapat dijadikan data dalam penelitian. Dalam Kuesioner ini juga menggunakan skala likert untuk kepuasan konsumen dengan nilai 1-5, di mana nilai 1 untuk pernyataan Sangat Tidak Puas dan nilai 5 untuk pernyataan Sangat Puas. Sedangkan untuk harapan konsumen menggunakan skala likert dengan nilai 1-5, di mana nilai 1 untuk pernyataan Sangat Tidak Penting dan nilai 5 untuk pernyataan Sangat Penting.

Adapun kuesioner yang telah dirancang oleh peneliti yang telah disesuaikan dengan dengan kebutuhan perusahaan, sebagai berikut:

Tabel 3.2 Kuesioner Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

NO	PERNYATAAN	PENILAIAN										
		KEPUASAN KONSUMEN					HARAPAN KONSUMEN					
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
<b>A. Tangibles atau Nyata</b>												
1	Dealer CV Duta Victory Raya memiliki bangunan yang nyaman.											
2	Dealer memiliki fasilitas yang lengkap seperti <i>Showroom</i> , <i>service</i> motor, persediaan <i>spare part motor</i> , kamar mandi, dan tempat bermain anak.											
3	CV Duta Victory Raya memiliki karyawan berpenampilan menarik.											
4	Brosur motor di dealer memberikan informasi yang lengkap.											
<b>TOTAL</b>												
<b>B. Reliability atau Keandalan</b>												
5	Karyawan dealer memberikan pelayanan yang maksimal pada konsumen.											
6	Karyawan dealer membantu jika terdapat permasalahan.											
7	Karyawan dealer bersedia membantu jika terdapat keluhan pada konsumen.											
8	Sales memberikan informasi sepeda motor secara lengkap.											
<b>TOTAL</b>												
<b>C. Responsive atau Ketanggapan</b>												
9	Karyawan dealer tanggap menjawab pertanyaan konsumen											
10	Karyawan dealer menangani masalah atau keluhan yang dialami konsumen secara tepat											
11	Karyawan dealer memberikan informasi yang dibutuhkan oleh konsumen dengan tepat											
12	Karyawan dealer merespon permintaan konsumen secara tepat											
<b>TOTAL</b>												
<b>D. Assurance atau Kepastian/Jaminan</b>												
13	Karyawan dealer mampu menyakinkan konsumen untuk pembelian unit sepeda motor.											
14	Dealer memiliki karyawan yang berpengetahuan dan dan professional untuk melayani konsumen											
15	Karyawan memberikan kepercayaan kepada konsumen untuk menangani masalah yang dihadapi oleh konsumen dengan baik											
16	Sales mempunyai pengetahuan yang baik terhadap jenis motor yang diinginkan konsumen sehingga dapat menjawab pertanyaan konsumen dengan baik dan pasti.											
<b>TOTAL</b>												

**Tabel 3.2** Kuesioner Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Lanjutan)

NO	PERNYATAAN	PENILAIAN									
		KEPUASAN KONSUMEN					HARAPAN KONSUMEN				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
<b>E. Empati</b>											
17	Karyawan dealer mampu menjalin hubungan yang baik dengan konsumen.										
18	Karyawan dealer memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.										
19	Karyawan mampu melayani konsumen dengan perhatian dan penuh sopan santun.										
20	Karyawan dealer memahami kebutuhan konsumen.										
<b>TOTAL</b>											

### 3.4 Populasi dan Sampel

Penelitian atau observasi pasti dilakukan berdasarkan data-data yang akurat, komprehensif, dan sesuai berdasarkan permasalahan yang akan diteliti. Data tersebut dapat diperoleh dari populasi dan sampel.

#### 3.4.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah umum yang terdiri dari obyek dan subyek dengan karakteristik tertentu, yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari (Sugiyono, 2013). Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah total penjualan unit sepeda motor CV Duta Victory Raya pada periode Januari sampai dengan Desember 2020 dengan jumlah pembelian sebanyak 1812 unit.

#### 3.4.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik populasi (Sugiyono, 2013). Pada penelitian ini, sampel diambil dari total penjualan unit sepeda motor. Dalam menentukan jumlah sampel (responden) pada penelitian ini dihitung berdasarkan rumus Slovin menurut Sugiyono (2011). Adapun rumus Slovin untuk menentukan jumlah sampel adalah sebagai berikut:

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

Dimana:

n : Ukuran Sampel / Jumlah Responden

N : Ukuran Populasi

e : Persentase tingkat Ketelitian / Kesalahan pengambilan Sampel

Pada penentuan sampel ini, tingkat ketelitian yang diasumsikan adalah 10% (0,1), sehingga perhitungan untuk menentukan sampel penelitian adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{1812}{1+1812(0,1)^2} \quad (3.2)$$

$$N = \frac{1812}{19.12} = 94.76 \approx 95 \text{ responden} \quad (3.3)$$

Maka, jumlah sampel atau responden yang perlu digunakan pada penelitian ini adalah sebanyak 95 orang.

### 3.5 Pilot Study

Sebelum penelitian dilakukan, kuesioner harus dibagikan kepada sebagian responden untuk mengetahui apakah kuesioner yang dibagikan sudah sesuai. Selain itu, penyebaran kuesioner tersebut bertujuan untuk mencoba mengetahui kualitas dan kelayakan kuesioner (Sugiyono, 2012). Dalam penelitian ini digunakan *pilot study* untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian sebelum menyebarkan kuesione kepada seluruh responden.

### 3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

#### 3.6.1. Uji Validitas

Uji Validitas dalam penelitian dapat digunakan untuk mengukur valid atau tidak valid suatu kuesioner. Dalam penelitian ini menggunakan *software* SPSS 25 *for windows* dalam menguji validitas di penelitian ini. Uji rank spearman dapat digunakan untuk menguji suatu hubungan antar variabel pada uji nonrarametik. Dengan kekuatan hubungan sebagai berikut:

- a) 0.00 – 0.25 = memiliki korelasi atau hubungan sangat lemah
- b) 0.26 – 0.50 = memiliki korelasi atau hubungan cukup
- c) 0.51 – 0.75 = memiliki korelasi atau hubungan kuat
- d) 0.76 – 0.99 = memiliki korelasi atau hubungan sangat kuat
- e) 1.00 = memiliki korelasi atau hubungan yang sempurna

#### 3.6.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini merupakan suatu alat ukur yang digunakan untuk menghitung kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner dapat dikatakan *reliabel* jika jawaban terhadap suatu pertanyaan dapat stabil walaupun dilakukan pengukuran berulang-ulang. Dalam mengukur reliabilitas menggunakan SPSS dengan uji statistic *Cronbach alpha*.

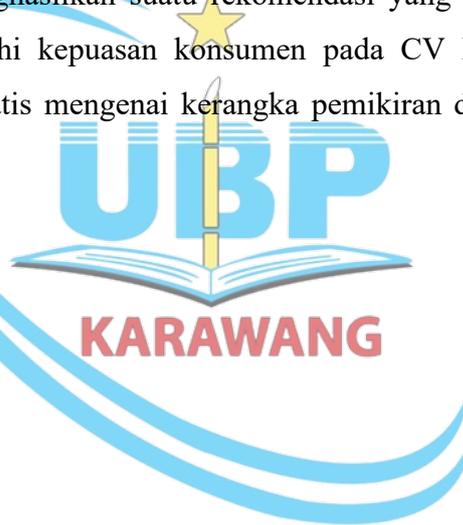
### 3.7 Teknik Analisis Data

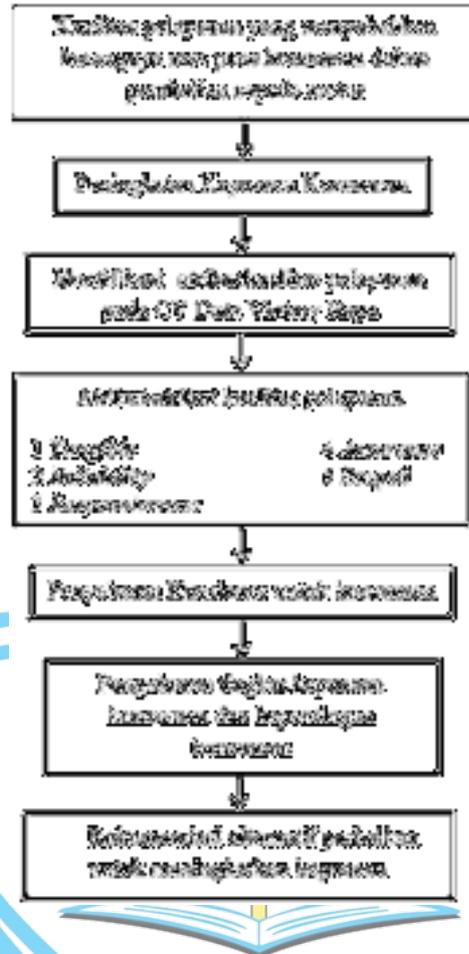
Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, yaitu dengan menggunakan model statistik dan model-

model tertentu lainnya yang dibutuhkan dalam penelitian. Data penelitian diinterpretasikan dan dianalisis untuk mengetahui penyebab sampai dengan sumber permasalahan yang akan diteliti secara jelas dan akurat. Sehingga data tersebut dapat dipahami dan menjadi suatu informasi untuk melakukan penelitian serta dapat bermanfaat untuk mendapatkan solusi atas permasalahan yang terjadi.

### 3.7.1 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini didasari oleh ketidakstabilannya penjualan unit sepeda motor pada CV Duta Victory Raya. Berdasarkan dengan kondisi tersebut, maka penulis melakukan analisis data menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) agar permasalahan dapat dipahami karakteristik dan penyebabnya, sehingga dapat dilakukan tindakan perbaikan. Berdasarkan konsep penerapan ilmu teknologi pada bidang jasa, diharapkan penelitian ini dapat menghasilkan suatu rekomendasi yang dapat meningkatkan penjualan serta memenuhi kepuasan konsumen pada CV Duta Victory Raya. Gambaran secara sistematis mengenai kerangka pemikiran dapat dicermati pada gambar di bawah ini:





Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran

### 3.5.2 Tindakan Perbaikan

Peningkatan kualitas pelayanan untuk memenuhi kepuasan konsumen dengan penerapan *Quality Function Deployment* (QFD).

#### 1. Identifikasi *Voice of Customer*

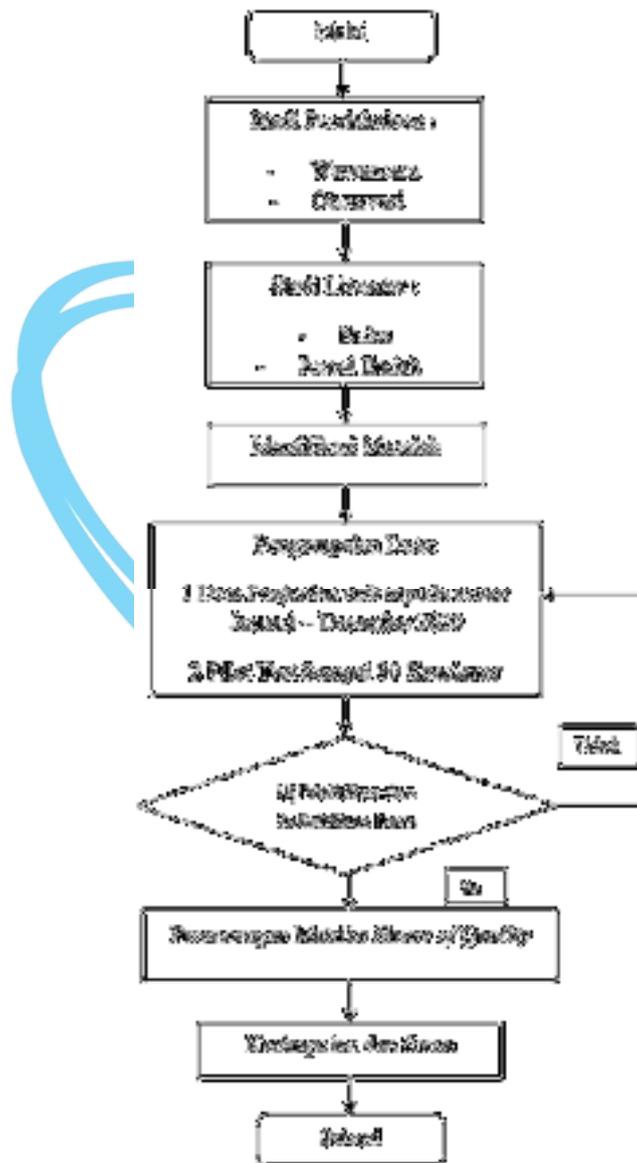
Tahap identifikasi *Voice of Customer* merupakan proses transformasi data dari kuesioner menjadi konsep yang lebih spesifik berdasarkan kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini bertujuan agar atribut-atribut yang ada ditingkatkan untuk mengatasi permasalahan mengenai kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan.

#### 2. *Quality Function Deployment*

Pemilihan prioritas atribut yang diinginkan oleh konsumen akan dilakukan merupakan konsep *Quality Function Deployment*, pendekatan ini menganalisis dan membuat *House of Quality* dari suatu komponen dalam proses memenuhi kepuasan konsumen.

### 3.6 Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian ini menggambarkan berbagai tahapan proses penelitian terkait dengan topic penelitian yang diajukan oleh peneliti yaitu penerapan metode *Quality Function Deployment* (QFD) dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Adapun prosedur penelitian secara sistematis dapat dicermati pada gambar (diagram alur) di bawah sebagai berikut.



Gambar 3.2 Diagram Alur Penelitian

### 3.7 Alat dan Bahan

Alat dan bahan yang akan digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1. Laptop dan *Smartphone*



