

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Sugiyono (2017) menjelaskan bahwa objek penelitian adalah “atribut atau sifat atau nilai seseorang, objek, atau aktivitas dengan variasi tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk memperoleh penalaran”. Oleh karena itu, objek penelitian ini adalah melakukan penelitian untuk memperoleh hasil dan solusi dari permasalahan yang sedang terjadi.

Penelitian ini dilakukan di Toko Mutiara Teknik Karawang, dengan objek penelitiannya adalah para *customer* atau pembeli produk-produk Toko Mutiara Teknik Karawang yang langsung datang ke toko tersebut ataupun yang melakukan pemesanan produk melalui *WhatsApp*. Kemudian, objek diteliti dengan menggunakan penyebaran kuisisioner yang berisi pernyataan maupun pernyataan terkait tingkat kualitas pelayanan yang diberikan kepada *customer*.

3.2 Prosedur Penelitian

Pada dasarnya prosedur penelitian memiliki pengertian suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data yang memiliki tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2017). Penelitian ini memberikan alur/tahapan permasalahan yang diteliti terkait dengan kualitas pelayanan pada Toko Mutiara Teknik Karawang. Langkah-langkah analisis dan pemrosesan untuk topik-topik tersebut dilakukan dengan menggunakan pendekatan *SERVQUAL* dan IPA. Langkah-langkah untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

3. Studi Literatur

Studi literatur adalah tahap di mana seorang peneliti mempelajari jurnal, buku, atau referensi yang berasal dari penelitian sebelumnya. Ini akan membantu mencapai tujuan penelitian. Landasan teori dan referensi yang berguna untuk penelitian ini dapat diperoleh dari studi literatur.

4. Perumusan Masalah

Identifikasi masalah di lapangan dan bandingkan dengan literatur yang ada untuk mendapatkan rumusan masalah yang dihadapi dan solusi yang tepat untuk masalah tersebut.

5. Pengumpulan Data

Pada tahap ini peneliti mengumpulkan data berupa data jumlah pembeli, membuat survei, dan mendistribusikan survei yang nantinya akan digunakan sebagai alat validitas dan reliabilitas data.

6. Uji Validitas dan Reliabilitas Data

Di tahap ini peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap data yang telah didapatkan menggunakan aplikasi SPSS 25 dan rumus yang telah ada.

7. Pengolahan Data

Metode *SERVQUAL* dan *Importance-Performance Analysis* digunakan untuk mengolah data pada penelitian ini.

8. Analisis dan Pembahasan Data

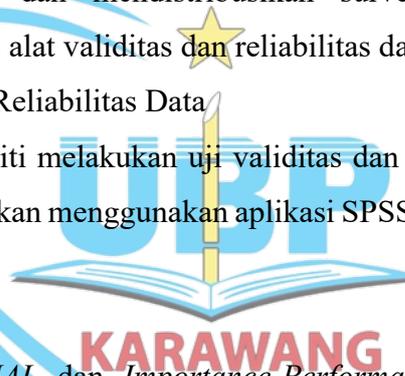
Tahap ini merupakan tahapan peneliti menganalisis data yang telah diolah dengan metode yang digunakan sebelumnya dan dibahas untuk memperoleh kesimpulan dan saran dalam penelitian ini.

9. Kesimpulan dan Saran

Peneliti membuat kesimpulan dan saran atas data yang telah dianalisis sebelumnya.

10. Selesai

Pada tahap ini peneliti selesai melakukan penelitian.



3.3 Jenis Data dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua jenis data: kualitatif dan kuantitatif. Data yang berupa kata-kata, bukan angka biasa disebut dengan data kualitatif. Data kualitatif dapat diperoleh melalui teknik pengumpulan data seperti wawancara, analisis dokumen, diskusi terfokus, atau observasi yang dicatat dalam catatan lapangan (transkrip). Sedangkan data yang berbentuk angka biasa disebut dengan data kuantitatif. Tergantung pada bentuknya, data kuantitatif dapat dihitung dengan menggunakan teknik perhitungan matematis atau statistik (Siyoto, S. & Sodik., 2015). Dua sumber data, data primer dan sekunder, juga digunakan dalam penelitian ini.

3.3.1 Data Primer

Data primer adalah data berupa bahasa lisan, gerak-gerik subjek (informan) atau perilaku yang terkait dengan variabel-variabel yang diselidiki (Siyoto, S. & Sodik., 2015). Data primer ini diperoleh melalui observasi lapangan, wawancara/bertanya langsung kepada objek penelitian terkait kualitas pelayanan dan menyebarkan kuisioner kepada *customer* sebagai dasar pengukuran tingkat kualitas pelayanan di tempat penelitian.

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah ada di masa lampau yang didapat dari dokumen-dokumen foto-foto, film, Rekaman video, objek, dan lainnya yang dapat meningkatkan data primer (Siyoto, S. & Sodik., 2015). Biasanya data sekunder bisa diperoleh melalui penelitian-penelitian terdahulu, data, buku, laporan-laporan, literatur dan data pendukung dari perusahaan/tempat penelitian. Berikut ini adalah data pembeli di toko Mutiara Teknik Karawang periode Oktober 2020-September 2021.

Tabel 3. 1 Jumlah pembeli periode Oktober 2020-September 2021

Bulan	Jumlah Pembeli/bulan
Oktober	36
November	19
Desember	32
Januari	36
Februari	36
Maret	33
April	14
Mei	21
Juni	24
Juli	32
Agustus	37
September	27
Total	347

Sumber: (Penulis, 2021)

3.4 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Sugiyono (2017) menyatakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari: objek/subjek dengan kualitas dan ciri-ciri tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk menarik kesimpulan disebut dengan populasi (Sugiyono, 2017). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah jumlah pembeli satu tahun terakhir (September 2020-Oktober 2021).

Tabel 3. 2 Jumlah pembeli periode Oktober 2020-September 2021

Bulan	Jumlah Pembeli/bulan
Oktober	36
November	19
Desember	32
Januari	36
Februari	36

Sumber: (Perusahaan, 2021)

Tabel 3. 3 Jumlah pembeli periode Oktober 2020-September 2021 (lanjutan)

Bulan	Jumlah Pembeli/bulan
Maret	33
April	14
Mei	21
Juni	36
Juli	32
Agustus	37
September	27
Total	347

Sumber: (Perusahaan, 2021)

3.5.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi tersebut (Sugiyono, 2017). Berbagai metode pengambilan sampel digunakan untuk memastikan sampel mana yang hendak digunakan. Pada penelitian ini sampel yang digunakan adalah perwakilan yang mencerminkan sikap populasi pelanggan yang berbelanja di Toko Mutiara Teknik Karawang secara langsung. Tidak hanya itu, riset ini dicoba dengan memakai metode *non - probabilistic sampling* yang berarti metode pengambilan sampel ini tidak memberikan peluang yang sama kepada seluruh elemen maupun anggota populasi guna diseleksi selaku sampel. Kemudian metode yang digunakan merupakan *accidental sampling method* yang berarti pengambilan sampel diambil langsung di tempat penelitian. Penentuan sampel dihitung menggunakan rumus Slovin (karena banyaknya populasi diketahui). Perhitungannya adalah sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{N(E)^2 + 1}$$

$$N = 347$$

$$E = 5 \%$$

$$n = \frac{347}{347(0,05)^2 + 1}$$

$$n = \frac{347}{0,8675 + 1}$$

$$n = \frac{347}{1,8675}$$

$$n = 185,809 \dots \approx 186 \text{ sampel}$$

Maka berdasarkan populasi yang telah dihitung menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan sampel yang diharapkan sebesar 5 % (0,05) didapat sampel sebanyak 248 sampel/responden.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pada dasarnya ada dua hal yang menjadikan faktor pengaruh kualitas data penelitian yakni, kualitas peralatan penelitian dan kualitas pengumpulan data. Kualitas alat penelitian berkaitan dengan efektivitas dan keandalan alat, dan kualitas pengumpulan data tergantung pada keakuratan metode yang digunakan untuk mengumpulkan data. Data dapat dikumpulkan dalam pengaturan yang berbeda, dalam sumber yang berbeda, dan dengan cara yang berbeda. Dari perspektif lingkungan, data dapat ditangkap di lingkungan alam. Dari perspektif sumber, pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sekunder. Sumber primer adalah data yang memberikan data secara langsung kepada peneliti, dan sumber sekunder adalah sumber yang tidak memberikan data secara langsung kepada peneliti. (Sugiyono, 2017).

Jika dilihat dari cara peneliti mengumpulkan data, maka teknik pengumpulan data dilakukan dengan *interview* (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya (Sugiyono, 2017).

3.4.1 Wawancara

Metode pengumpulan data ketika ingin melakukan survei pendahuluan untuk menemukan suatu masalah yang perlu diteliti, atau ketika seorang peneliti ingin mengetahui jumlah responden yang lebih dalam dan lebih sedikit biasa menggunakan metode wawancara. Pada penelitian ini peneliti mewawancarai *customer* tentang masalah terkait kualitas pelayanan di tempat penelitian. Metode pengumpulan data ini didasarkan pada keterbukaan diri atau *self-disclosure*, atau setidak-tidaknya pengetahuan dan/atau keyakinan pribadi. Sutrisno Hadi (1986) dalam (Sugiyono, 2017) menyarankan bahwa peneliti harus membuat asumsi bahwa ketika menggunakan metode wawancara dan kuesioner.

- a. Sasaran (responden) adalah mereka yang paling mengenal diri mereka sendiri.
- b. Perkataan responden terhadap peneliti adalah benar dan dapat dipercaya.
- c. Interpretasi subjek atas pernyataan peneliti mengikuti maksud peneliti.

Wawancara awal mengenai keluhan konsumen terhadap pelayanan terdapat pada tabel 3.2 berikut ini.

Tabel 3. 4 Daftar Keluhan Konsumen

No	Keluhan Konsumen atas Layanan yang diberikan
1	Stok produk minim
2	Area parkir yang kurang luas
3	Terkadang karyawan toko tidak menggunakan pakaian perusahaan
4	Saat melakukan pembelian, respon karyawan toko terkadang telat
5	Pengiriman barang terkadang telat
6	Terkadang karyawan toko tidak tahu mengenai harga produk
7	Terkadang produk habis sehingga tidak bisa memesan

Sumber: (Perusahaan, 2021)

3.4.2 Observasi

Observasi sebagai metode pengumpulan data memiliki ciri-ciri tertentu dibandingkan dengan metode lain yaitu wawancara dan angket. Jika wawancara dan survei selalu dalam komunikasi dengan orang-orang, pengamatan tidak hanya berlaku untuk orang tetapi juga untuk objek alam lainnya. Sutrisno Hadi (1986) dalam (Sugiyono, 2017) menunjukkan bahwa observasi adalah proses kompleks yang terdiri dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua yang paling penting adalah proses observasi dan memori. Bila penelitian berkaitan dengan perilaku manusia, proses kerja, fenomena alam, dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar maka digunakan teknik pengumpulan data dengan observasi.

3.4.3 Kuisisioner (Angket)

Angket adalah suatu cara pengumpulan data dengan menyajikan serangkaian pernyataan atau pernyataan tertulis kepada responden. Survei adalah metode pengumpulan data yang efisien ketika peneliti yakin tentang variabel yang diukur dan apa yang mereka harapkan dari responden. Survei juga cocok untuk

sejumlah besar responden dan berbagai responden. Survei dapat disampaikan langsung kepada responden, atau dikirim melalui surat atau melalui Internet, dalam bentuk pernyataan/pernyataan tertutup atau terbuka.

3.4.3.1 Penyusunan Kuisioner Penelitian

Variabel dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan yang meliputi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik, dan empati. Setelah itu, dengan mendefinisikan atribut pernyataan, maka dari 5 dimensi yang digunakan dalam metode *SERVQUAL* diperoleh 22 atribut pernyataan, yang akan dilakukan baik untuk mengukur persepsi tentang layanan yang diberikan maupun layanan yang diharapkan yang diberikan oleh toko.

Di bawah ini merupakan tabel yang berisikan atribut pernyataan yang sudah dikelompokkan berdasarkan dimensi *SERVQUAL* yang selanjutnya digunakan dalam penelitian:

Tabel 3. 5 Atribut Pernyataan berdasarkan Dimensi *SERVQUAL*

No	Dimensi	Atribut Pernyataan
1	Keandalan	Menyediakan informasi tentang produk yang dijual
2		Karyawan toko bisa memberi solusi terhadap masalah terkait produk
3		Keahlian karyawan dalam dalam proses pelayanan.
4		Kemudahan sistem pembayaran (tunai, debit, kredit card)
5		Kesesuaian pelayanan yang diberikan terhadap permintaan kebutuhan

Sumber: (Perusahaan, 2021)

Tabel 3. 6 Atribut Pernyataan berdasarkan Dimensi *SERVQUAL* (lanjutan)

No	Dimensi	Atribut Pernyataan
6	Daya Tanggap	Kemampuan karyawan dalam menangani keluhan pelanggan dengan cepat dan tanggap
7		Karyawan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh pelanggan
8		Kesigapan dalam melayani kebutuhan pelanggan
9		Karyawan selalu menunjukkan kesabaran dan perhatian terhadap pelanggan
10	Jaminan	Keamanan dalam sistem pembayaran
11		Karyawan memberikan rasa nyaman dan aman saat membeli produk di toko
12		Pelayanan yang sopan, ramah, dan selalu siap menolong
13		Produk yang dijual murah tetapi sudah memiliki ijin edar dan standar mutu yang baik
14	Empati	Memberikan umpan balik yang positif terhadap respon pelanggan
15		Karyawan memberikan perhatian secara penuh terhadap pembeli
16		Memprioritaskan kebutuhan pelanggan
17		Karyawan paham apa yang dibutuhkan pelanggan
18	Bukti Fisik	Toko memberikan jasa pesan antar terhadap produk yang sudah dibeli
19		Lokasi toko yang strategis
20		Kebersihan, kerapihan, dan kenyamanan toko
21		Karyawan berpenampilan rapi
22		Toko menyediakan area parkir yang memadai dan aman

Sumber: (Penulis, 2022)

Nantinya kuisisioner tersebut akan disebar melalui kepada responden atau pembeli yang melakukan pembelian secara langsung, sehingga kuisisioner ini memiliki bentuk kuisisioner langsung. Dalam hal ini kuisisioner diukur dengan

menggunakan skala likert dan indeks pengukuran berada pada kisaran 1-5. Responden menilai secara objektif tingkat persepsi yang diterima dan tingkat harapan yang diinginkan pelanggan. Maka dari itu, kuisisioner menggunakan skala sebagai berikut:

Tabel 3. 7 Kriteria Skala Likert Kuisisioner

Tingkat Skala	Keterangan	
	Persepsi	Harapan
1	Sangat Tidak Memuaskan	Sangat Tidak Penting
2	Tidak Memuaskan	Tidak Penting
3	Cukup Memuaskan	Cukup Penting
4	Memuaskan	Penting
5	Sangat Memuaskan	Sangat Penting

Sumber: (Penulis, 2022)

3.4.3.2 Penyebaran Kuisisioner Tahap Pertama

Setelah membuat kuisisioner yang terdiri dari 22 atribut pernyataan, kuisisioner tersebut akan disebar (tahap pertama) kepada pembeli di Toko Mutiara Teknik Karawang, Kuisisioner ini (tahap pertama) akan dibagikan kepada responden yang sesuai dasar statistik untuk ukuran sampel minimal ($n \geq 30$), atau menurut (Sugiyono, 2013) Roscoe memberikan masukan untuk ukuran sampel penelitian 30 hingga 500 sampel. Sampel kuisisioner (tahap pertama) ini akan berfungsi sebagai uji validitas dan reliabilitas setiap item atribut pernyataan yang akan digunakan dalam kuisisioner II (tahap akhir). Berdasarkan hal tersebut, dalam penelitian ini, ukuran sampel $n = 30$ akan digunakan.

3.4.3.3 Penyebaran Kuisisioner Tahap Kedua (Akhir)

Oleh karena itu, untuk mencapai jumlah minimum responden yang dipersyaratkan, maka dibagikan Kuisisioner II, termasuk pernyataan-pernyataan pengukuran terkait tingkat harapan dan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh Toko Mutiara Teknik Karawang.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yaitu data yang dikumpulkan dengan menyebarkan kuisisioner, diolah dan dianalisis dengan menggunakan beberapa model seperti model statistik dan model lainnya. Selanjutnya data yang dianalisis akan digunakan untuk mengetahui

seberapa puas pelanggan dengan harapan (harapan) dan persepsi mereka terhadap layanan yang diberikan.

3.6.1 Uji Validitas Data

Uji validitas dilakukan untuk memverifikasi keakuratan setiap pertanyaan dalam kuesioner yang dibagikan. Validitas diukur dengan menggunakan perangkat lunak SPSS 25, dan uji validitas dilakukan dengan membandingkan setiap nilai setiap pertanyaan dengan nilai total semua pertanyaan untuk satu variabel. Kriteria, yang digunakan dalam uji validitas ini adalah jika nilai $p_{hitung} \geq p_{tabel}$ maka instrumen penelitian dikatakan valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas Data

Uji reliabilitas digunakan untuk, mengetahui reliabilitas masing-masing dari pertanyaan dalam kuesioner. Jika jawaban seseorang untuk pertanyaan ini stabil dan konsisten, maka pertanyaan tersebut dikatakan reliabel. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan aplikasi yaitu software SPSS 25. Atribut-atribut pernyataan dikatakan reliabel, jika nilai α hitung $\geq 0,6$.

3.6.3 Analisis *SERVQUAL*

Analisis *SERVQUAL* penelitian ini merupakan analisis gap untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan di Toko Mutiara Teknik Karawang. Analisis *SERVQUAL* ini didasarkan pada aspek keandalan, daya tanggap, kepastian, empati, dan bukti nyata. Dalam menghitung nilai *SERVQUAL* ini ada beberapa tahapan perhitungan diantaranya:

1. Menghitung skor rata-rata Persepsi dan Harapan

Pada tahap ini, atribut terukur dari persepsi dan harapan yang telah dikumpulkan sebelumnya dihitung skor rata-ratanya.

2. Menghitung Nilai kesenjangan (gap)

Nilai kualitas layanan diperoleh dengan mencari perbedaan antara nilai yang dirasakan dan nilai yang diharapkan pelanggan. Nilai kualitas pelayanan menunjukkan selisih antara persepsi dan harapan pelanggan. Untuk menganalisis kualitas yang diberikan oleh Toko Mutiara Teknik Karawang, maka digunakan persamaan sebagai berikut:

$$\text{Service Quality} = \text{Skor } P - \text{Skor } E \quad (3.1)$$

Keterangan:

P = Persepsi pelanggan atas kinerja pelayanan aktual yang dirasakan

E = Ekspektasi pelanggan atas pelayanan yang diperoleh

Jika skor *SERVQUAL* negatif (-), kualitas layanan tidak baik (pelanggan tidak puas). Jika skor *SERVQUAL* adalah nol (0), kualitas layanan baik (pelanggan puas). Dan jika skor *SERVQUAL* positif (+) maka kualitas pelayanan sangat baik (pelanggan sangat puas).

3. Menghitung Kualitas Pelayanan

Saat menghitung skor kualitas layanan, ini juga dapat diperoleh dengan membagi rata-rata persepsi pelanggan Jaya Bearing dengan rata-rata ekspektasi pelanggan Jaya Bearing. Kesimpulan yang ditarik ketika nilai kualitas (Q) ≥ 1 adalah kualitas pelayanan baik. Kemudian persamaan berikut digunakan:

$$\text{Kualitas Pelayanan } (Q) = \frac{\text{Persepsi } (P)}{\text{Harapan } (E)} \quad (3.2)$$

3.6.4 Analisis *Importance Performance Analysis*

Importance Performance Analysis mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, dan faktor-faktor pelayanan menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan. *Importance Performance Analysis* menggabungkan pengukuran kesesuaian faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi.

Dalam penelitian ini ada dua buah variabel yang diwakili oleh X dan Y, dimana X merupakan skor penilaian kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan konsumen dan Y merupakan skor penilaian kepentingan konsumen. X (kepentingan) lebih besar atau sama besar dari Y (kinerja) maka konsumen puas tetapi apabila lebih kecil, maka konsumen tidak puas.

Hasil tersebut ditampilkan dalam bentuk diagram kartesius, dimana dibagi menjadi 4 kuadran yaitu kuadran A (prioritas utama), kuadran B (pertahankan prestasi), kuadran C (prioritas rendah), dan kuadran D (berlebihan). Hasil perbandingan tersebut ditempatkan sesuai tingkatan yang akan menentukan sebuah urutan prioritas dalam peningkatan atribut-atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

