

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan masalah yang ditemukan dalam suatu penelitian, maka perlu ditetapkan langkah-langkah yang akan dilakukan dalam penelitian tersebut. Metodologi penelitian merupakan proses berpikir untuk menghasilkan tahapan-tahapan yang harus ditetapkan oleh peneliti dalam proses penelitian. Suatu langkah yang sistematis dan ter-arrah akan mendukung penyelesaian penelitian, sehingga akan menghasilkan analisa dan penyelesaian masalah menjadi lebih mudah.

3.1 Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, pengambilan dan perolehan data dilakukan di Dealer Yamaha Fortuna, Jl. Raya Klari, Duren, Kecamatan Klari, Kabupaten Karawang, Jawa barat 41371. Untuk pengukuran kualitas pelayanan, objek yang diteliti adalah konsumen atau pembeli di Dealer Yamaha Fortuna, Karawang, Jawa Barat.

3.2 Data dan Informasi

Menurut Husein Umar (2003:67) data penelitian dibagi menjadi 2, yaitu:(a) data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama, misalnya data individu atau perseorangan, seperti hasil wawancara, pengisian kuesioner, atau bukti transaksi seperti tanda bukti pembelian barang dan karcis parkir; (b) data sekunder dapat merupakan hasil pengolahan data primer atau data pendukung yang bersifat melengkapi, yang dapat berupa laporan keuangan, tabel, grafik, gambar, diagram, dan lain-lain.

3.2.1 Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner yang disebarakan kepada konsumen berkaitan dengan kepuasan responden terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Dealer Yamaha Fortuna. Data yang dikumpulkan melalui kuesioner, meliputi: (1) karakteristik responden seperti: jenis kelamin, umur, pekerjaan, tingkat penghasilan, dan tingkat pendidikan; (2) respon atau tanggapan responden yang

berkaitan dengan kepuasan responden terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Dealer Yamaha Fortuna.

3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data dokumentasi. Dokumentasi ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan, laporan kegiatan, foto dan data penelitian yang relevan. Dengan metode ini penelitian dapat memperoleh data dengan mengetahui kepuasan pelanggan dan permasalahan terjadi.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Perancangan Teknik pengumpulan data menunjukkan bagaimana langkah yang diambil untuk mengumpulkan data yang akan digunakan dalam penelitian.

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang didapatkan langsung oleh peneliti pada lapangan. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan cara metode – metode kuesioner

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data-data yang didapatkan dari hasil penelitian sebelumnya, jurnal, dan referensi-referensi lainnya yang dapat digunakan untuk menggali teori-teori guna mendukung pemecahan masalah.

3. Wawancara

Peneliti melakukan wawancara dengan pemilik, karyawan, dan konsumen untuk mengetahui permasalahan yang ada di Dealer Yamaha Fortuna.

4. Kuesioner

Kuesioner digunakan untuk mengetahui evaluasi terhadap pelayanan yang sudah ada dan mengetahui harapan pelanggan terhadap pelayanan yang akan didapatkan kedepannya. Setelah data yang dibutuhkan terkumpul penelitian diolah data-data tersebut dengan menggunakan metode *Service Quality* .

Penelitian pendahuluan dilakukan melalui pengamatan terhadap situasi dan kondisi dari Dealer Yamaha Fortuna. Pengamatan dilakukan untuk memperoleh informasi-informasi tentang kondisi keadaan perusahaan, sehingga dapat mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan. Informasi diperoleh

dari hasil pengamatan dan wawancara dengan pihak manajemen perusahaan. Studi pendahuluan dilakukan untuk mengetahui secara langsung mengenai informasi-informasi yang dibutuhkan untuk pengolahan data.

3.4 Kualitatif dan Kuantitatif

3.4.1 Pengertian Kualitatif

Kualitatif merupakan metode untuk mencari data kemudian mengumpulkan yang bersifat pemahaman dan tidak diukur dengan angka, contoh.

1. Wawancara dengan customer mengenai servis di dealer Yamaha fortuna
2. Customer memberikan saran kepada dealer tersebut
3. Memperbaiki kualitas servis

3.4.2 Pengertian kuantitatif

Kuantitatif merupakan metode untuk mencari dan mengumpulkan data yang dapat diukur, contoh.

1. Kualitas Produk
2. Servqual
3. Kuesioner

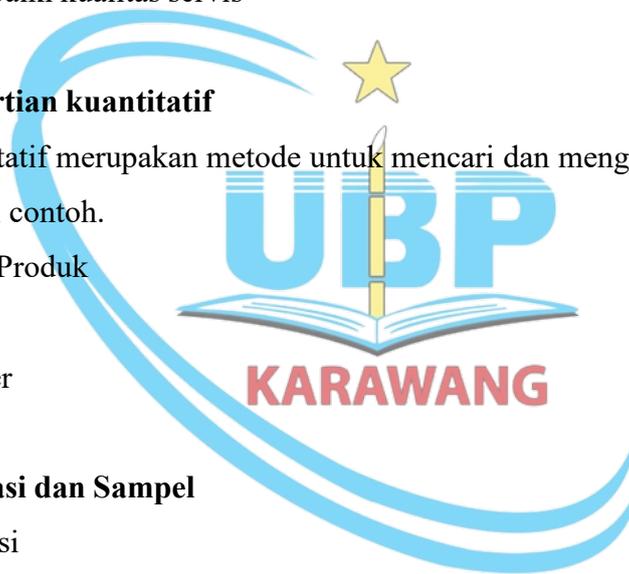
3.5 Populasi dan Sampel

A. Populasi

Populasi merupakan jumlah dari keseluruhan objek yang karakteristiknya hendak diduga, dimana yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen/pelanggan Dealer Yamaha Fortuna.

B. Sampel

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. Salah satu teknik *nonprobability sampling* yang diambil pada penelitian ini yaitu *convenience sampling*. Menurut Somantri & Muhidin (2006) pada *convenience sampling*, sampel diambil secara spontanitas, artinya siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristiknya, maka orang tersebut dapat dijadikan sampel. Dengan kata lain sampel diambil/terpilih karena ada ditempat dan waktu yang tepat.

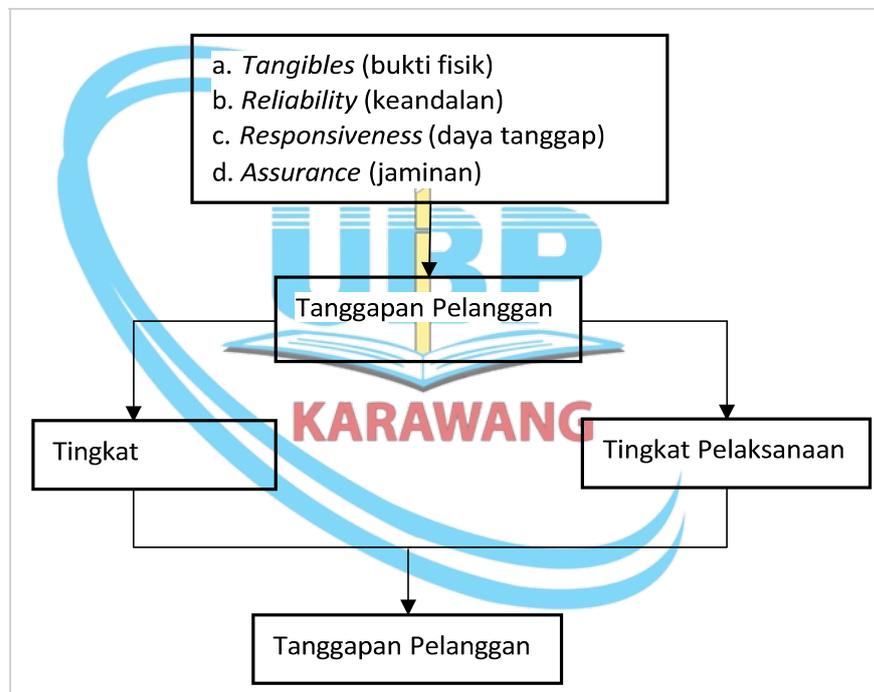


3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Krangkak Penelitian

Krangkak penelitian pada penelitian ini didasarkan kondisi awal pada kepuasan pelanggan banyak dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah kualitas pelayanan dan kualitas produk. Kualitas pelayanan terdiri dari 5 (lima) dimensi yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*Assurance*), empati (*Empathy*), bukti fisik (*tangibles*). Sedangkan kualitas produk terdiri dari 6 dimensi yaitu kinerja (*performance*), keandalan (*reliability*), fitur (*fiture*), Keawetan (*durability*), Konsistensi (*confermance*), Desain (*desigen*).

Tabel 3.1 Kerangkak Penelitian



3.6.2 Analisis Data

Setelah menentukan jumlah sampel, uji validitas dan reliability dan telah mendapatkan bobot untuk tiap variabel kualitas, maka dilakukan analisis terhadap data *Servqual* tersebut. Analisa dilakukan terhadap tingkat kepuasan pengunjung terhadap pelayanan pada Dealer Yamaha Fortuna. Hal yang dilakukan adalah dengan cara menganalisa tingkatan kepuasan pelanggan yang didapatkan dari tiap variabel atau atribut, sehingga didapatkan rekomendasi untuk perusahaan mengenai atribut yang memiliki tingkat prioritas perbaikan tertinggi agar ditingkatkan kualitas atribut jasa tersebut.

3.6.3 Kinerja perusahaan

Kinerja perusahaan adalah penilaian konsumen (responden) atas pelaksanaan kualitas pelayanan yang diukur dari penilaian konsumen (responden) atas kenyataan pelayanan yang dilakukan oleh Dealer Yamaha Fortuna, yang meliputi:

- 1). Bukti langsung (*tangibles*) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, penampilan pegawai, dan sarana komunikasi.
- 2). Keandalan (*reliability*) yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
- 3). Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- 4). Jamiman (*assurance*) mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko, atau keraguan.
- 5). Empati (*Empathy*) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

3.7 Identifikasi variable penelitian kualitas layanan

Penulisan variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah berdasarkan observasi langsung dilapangan dengan melihat dan merasakan keadaan langsung, selain itu juga dengan melakukan wawancara terhadap kepala deler Yamaha Fortuna.

Tabel 3.2 Dimensi dan Atribut Pelayanan

No	Keterangan
1.	Aspek Reliability (Kehandalan)
A	Kinerja Pelayanan penerimaan baik
B	Layanan penerimaan cepat
C	Layanan sesuai antrian
D	Harga servis wajar
E	Jam penerimaan pelayanan bengkel tepat
F	Tersedia daftar harga servis yang jelas

2. Aspek Responsiveness (Daya Tangkap)

- A Penerima konsumen tanggap terhadap kemauan konsumen
- B Penerima konsumen tanggap terhadap keluhan khusus
- C Penerima konsumen merespon setiap pertanyaan konsumen dengan baik
- D Lama waktu antrian untuk servis jelas
- E Penerima konsumen respon atas setiap permintaan konsumen dengan baik
- F Penerima konsumen siap membantu konsumen saat datang

3. Aspek Assurance (Jaminan)

- A Ada jaminan ketepatan proses layanan.
- B Ada jaminan ketepatan urutan layanan,
- C Ada kepastian pemanfaatan garansi

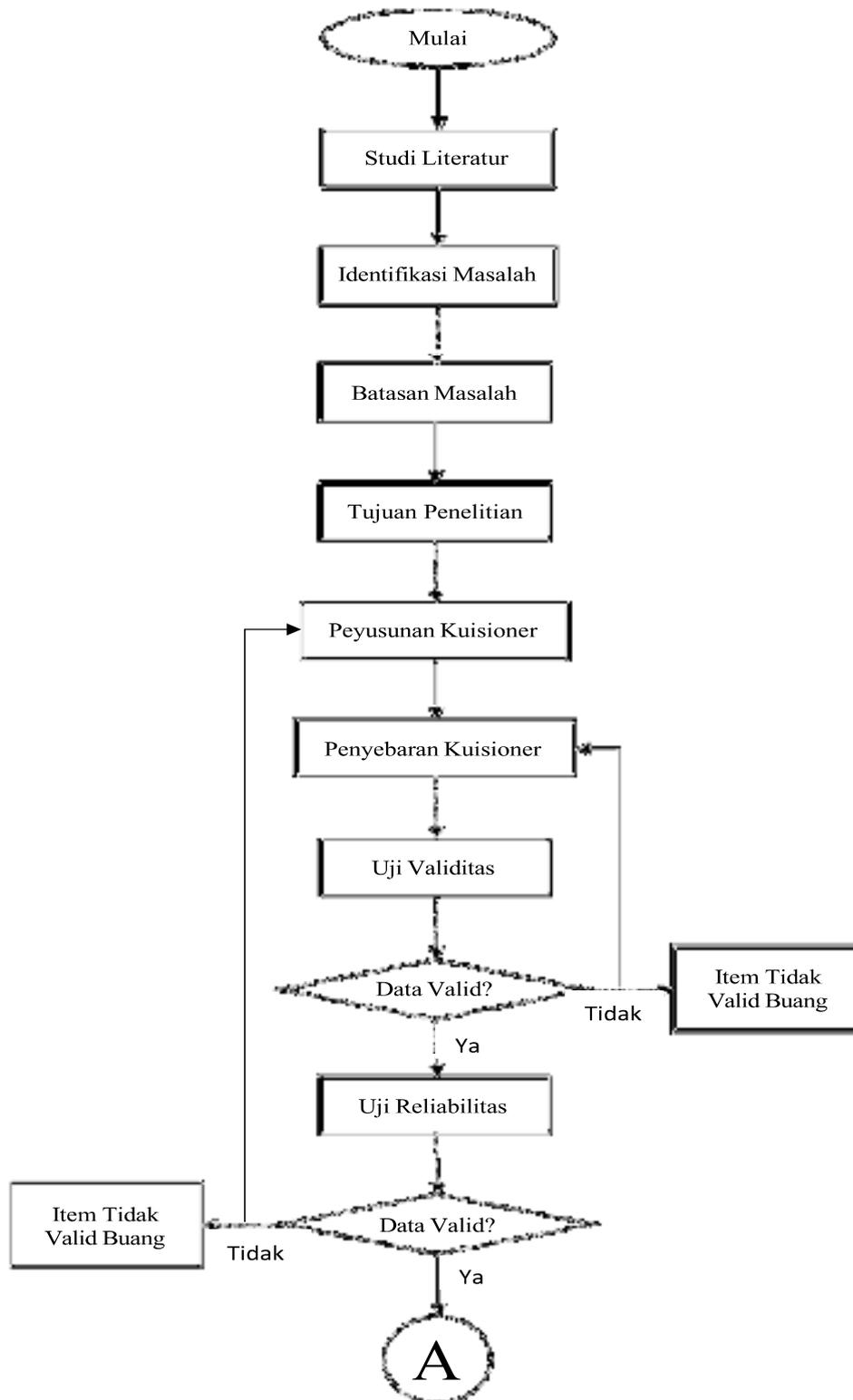
4. Aspek Emphaty (Empati)

- A Penerima konsumen bersedia menanggapi masalah melalui Telepon
- B Bengkel mudah dihubungi lewat telepon
- C Penerima konsumen ramah pada konsumen
- D Penerima konsumen sungguh-sungguh dalam memahami Masalah
- E Penerima konsumen bersedia memberi informasi tentang servis
- F Penerima konsumen mengingatkan waktu servis berikutnya
- G Tersedia fasilitas booking servis (pesan tempat)

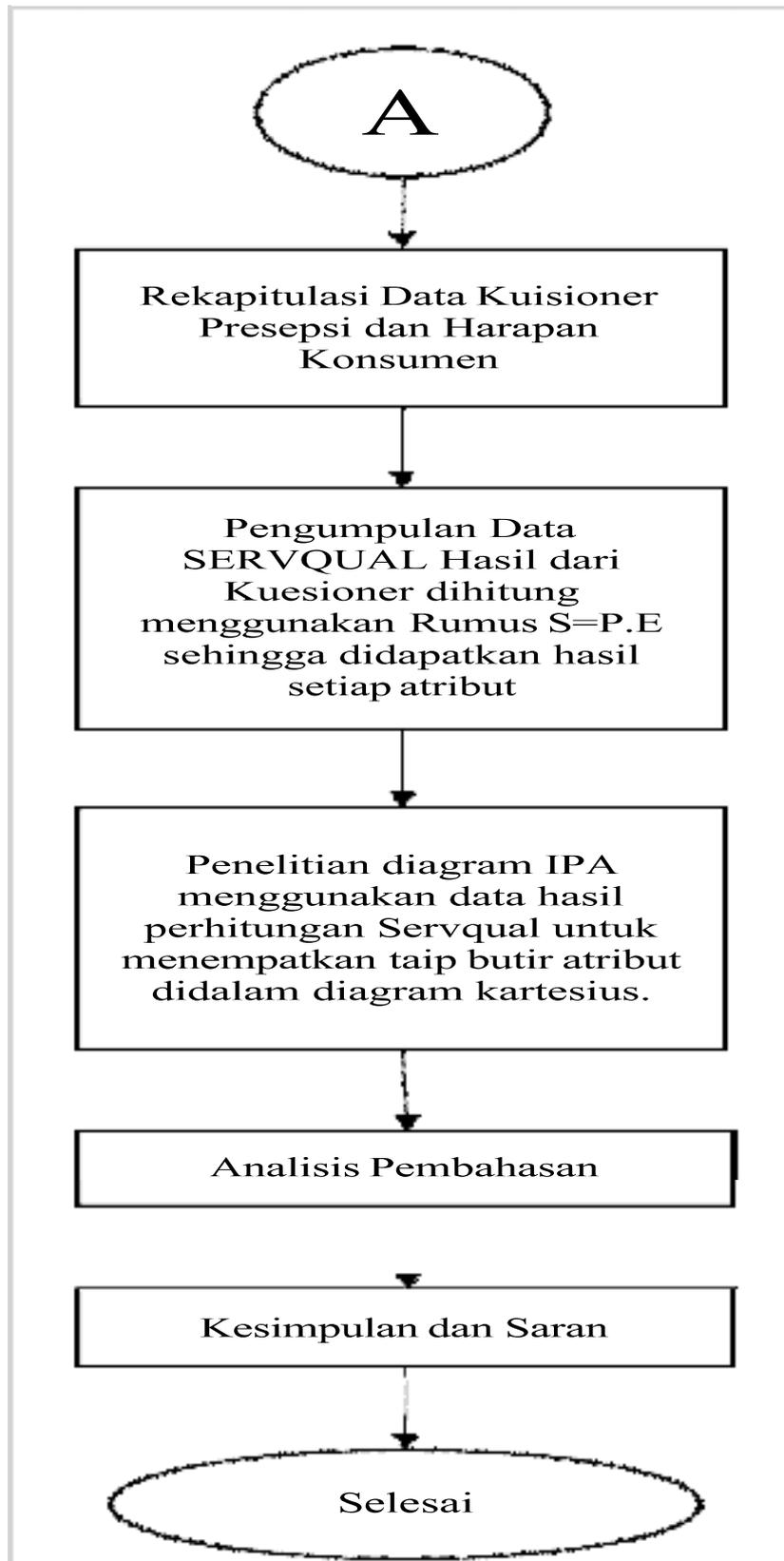
5 Aspek Tangible (Bukti Fisik)

- A Tata ruang yang nyaman
 - B Penampilan petugas penerima yang menarik
 - C Ruang tunggu bersih
 - D Ruang tunggu rapi
 - E Penerima konsumen berpenampilan menarik
 - F Terdapat materi pengisi waktu (mis: bacaan/televisi)
 - G Kapasitas area penerimaan yang memadai
-

3.8 Flow Chart Penelitian



Gambar 3.1 Flowchart Pemecahan Masalah



Gambar 3.2 Flowchart Pemecahan Masalah

3.9 Penguji Alat Ukur

Proses dalam pengujian alat ukur dapat dilakukan dengan :

3.9.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui keakuratan dari masing – masing pertanyaan pada kuesioner yang telah disebar. Dalam mengukur validitas digunakan alat berupa *software SPSS*. Uji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan setiap nilai pada setiap butir pertanyaan dengan nilai total seluruh butir pertanyaan untuk satu variabel. Hasil pengujian valid apabila rhitung lebih besar daripada r tabel dihitung menggunakan rumus :

Keterangan:

r_{xy} : koefisien korelasi *product moment*

N : Jumlah Subyek

X_i : Skor item ke i

Y : Skor total

ΣX : Jumlah skor item

ΣY : Jumlah skor total

ΣX^2 : Jumlah kuadrat skor item

ΣY^2 : Jumlah kuadrat skor tot 40

Pengambilan keputusan:

- jika r hitung Positif dan r hitung $> r$ hitung (0,1966), maka butir pernyataan valid
- jika r hitung Negatif dan $r < r$ hitung (0,1966), maka butir pernyataan tidak valid
- r hitung dapat dilihat pada kolom *corrected item correlation*.

3.9.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas atau kepercayaan mengandung pengertian apakah sebuah instrument dapat mengukur sesuatu yang diukur secara konsisten dari waktu ke



waktu. Data dikatakan reliabel jika jika nilai *Cronbach Alpha* hitung > *Cronbach Alfa Tabel*. Berikut rumus untuk menghitung reliabilitas:

$$K_{11} = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(\frac{1 - \sum cb^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan :

R = koefisien reliabilitas instrumen (Cronbach Alpha)

K = banyaknya butir pertanyaan

$\sum cb^2$ = total varians butir

σ^2 = total varians

Skala dikelompokkan dalam lima kelas dengan range yang sama dapat dilihat pada tabel 3.3 Nilai Kuesioner.

Tabel 3.3 Nilai Kuesioner

Nilai	Wording Keaktifan
0,00 - 17,33	Tidak aktif
17,33 - 34,67	Cukup aktif
34,67 - 52,00	Cukup aktif
52,00 - 69,33	Beraktif
69,33 - 86,67	Sangat aktif

3.10 Skala liker

Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap atau pendapat seseorang atau sejumlah kelompok terhadap sebuah fenomena sosial yang dimana jawaban setiap item instrumen mempunyai gradasi dari sangat negatif sampai sangat positif. Menggunakan skala *Likert* variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Berikut adalah keterangan skala yang dipakai pada penelitian ini :

1. Sangat Tidak Puas
2. Tidak Puas
3. Cukup Puas
4. Sangat Puas

Tabel 3.4 Mengukur Kepuasan Pelanggan

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Tidak Puas	1
Tidak Puas	2
Cukup puas	3
Sangat Puas	4

3.11 Importance Performance Analysis

Analisis tingkatnya kepentingan dan kepuasan menghasilkan suatu diagram kartesius yang menunjukkan letaknya unsur-unsur yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut J Supranto (1997), sumbu mendatar (X) dalam diagram kartesius memuatnya nilai rata-rata skor kepuasan (*performance*), sedangkan sumbu tegak (Y) memuatnya nilai rata-rata skor kepentingan (*importance*) yang dirumuskan sebagai berikut:

$$X_i = \frac{\sum x_i}{n} \text{ dan } Y_i = \frac{\sum y_i}{n}$$

Keterangan:

X_i : rata-rata skor tingkat kepuasan faktor ke-i

Y_i : rata-rata skor tingkat kepentingan faktor ke-i

$\sum X_i$: total skor untuk tingkat kepuasan faktor ke-i

$\sum Y_i$: total skor untuk tingkat kepentingan faktor ke i

n : jumlah koresponden



Gambar 3.3 Atribut Kepuasan pelanggan IPA