

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Karawang, Jawa Barat pada CV. Yanega Megah Utama bertujuan untuk mengidentifikasi spesifikasi kualitas pelayanan serta pemasaran produk yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen, dengan mengkaji penerapan metode *Service Quality* dan *Kano* dalam meningkatkan pelayanan konsumen. Pada tahap ini merupakan tahap awal untuk penelitian yang disusun dan disesuaikan dengan rumusan masalah, dan tujuan penelitian yang akan dilakukan. Objek yang digunakan pada penelitian ini merupakan responden dari konsumen pada kualitas yang diberikan oleh perusahaan. Hasil dari pada wawancara terhadap informasi yaitu ketatnya persaingan khususnya bidang kontrksi aspal yang membuat pelayanan yang kurang berkembang mengakibatkan persaingan tinggi.

Selaku pemillik CV. Yanega Megah Utama, sehubungan dengan masalah yang akan diteliti wawancara yang dilakukan adalah konfirmasi yang berkaitan *steatment* pelayanan yang mempengaruhi penjualan produk aspal yang digunakan di CV. Yanega Megah Utama.

3.1.1 Data dan Informasi

Data dan informasi yang penulis gunakan adalah menggunakan data primer dan data sekunder.

A. Data Primer

Data Primer adalah data yang diteliti secara langsung oleh peneliti scara langsung dengan data yang berupa observasi, wawancara serta memberikan atau membagikan kuisisioner (Adriana et al., 2022). Adapun data dilakukan oleh peneliti secara langsung dengan menggunakan observasi dan wawancara penulis dengan pemilik perusahaan mengenai kualitas pelayanan terhadap *customer*, serta menyebarkan kuisisioner kepada *customer* untuk mengukur kualitas pelayanannya.

B. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung diberikan kepada pengumpul data (Kurniati & Nurhayati, 2020). Adapun data sekunder yang digunakan penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah sesuai dengan Undang-Undang Ketenagakerjaan, buku, jurnal, artikel yang berkaitan dengan topik penelitian.

3.1.2 Populasi dan Sampel

A. Populasi

Populasi merupakan wilayah generasi yang terdiri dari obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk pelajari (Dewi & Oman, 2021). Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah 200 *customer*.

B. Sampel

Sampel adalah proses pengambilan sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa mempertimbangkan atau memperhatikan serta yang terdapat dalam populasi (Firmansyah & Dede, 2022). Untuk menentukan jumlah sampel yang diambil. Penelitian ini menggunakan rumus slovin (Amin et al., 2023).

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n: Jumlah sampel

N: Jumlah populasi

d: Presisi (Ditetapkan 90% atau sig =0,10%)

Dengan demikian dalam menentukan sampel dalam penelitian sampel ini dimana tingkat ketelitian yang diasumsikan 0,10, sehingga perhitungan untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{200}{1 + 200(0,1)^2}$$

$$n = 66,7 \text{ sampel}$$

Jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 66,7 orang.

3.1.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan studi kasus. Data yang diperoleh didapatkan dengan melakukan observasi lapangan dan melakukan wawancara dengan pemilik perusahaan. Setelah itu data-data yang telah dikumpulkan serta disederhanakan Kembali agar data yang penulis peroleh selanjutnya dibuatkan instrument pertanyaan-pertanyaan dengan menggunakan penyebaran kuesione (Angket).

A. Penyusunan Kuesioner (Angket)

Kuesioner yang dibuat oleh penulis merupakan analisa yang akan penulis agar tujuan penelitian tercapai. Adapun instrumen pertanyaan tersebut disusun berdasarkan hasil diskusi bersama dengan pemilik perusahaan juga studi literatur yang diambil berdasarkan studi Pustaka atribut pertanyaan dalam model *SERVQUAL*.

Selanjutnya mengidentifikasi atribut pertanyaan dengan dilandasi 5 dimensi yang digunakan dalam metode *SERVQUAL* (*Service Quality*) dengan memperoleh 21 item atribut pertanyaan yang akan dibuat baik masing-masing mengukur persepsi layanan yang diberikan dan layanan yang diharapkan (*ekspetasi*) pelanggan terhadap perusahaan.

Berikut adalah indikator atau atribut-atribut pertanyaan yang sudah dikelompokkan berdasarkan dimensi *SERVQUAL* (*Service Quality*) yang akan digunakan selanjutnya untuk penelitian.

Tabel 3. 1 Atribut Pertanyaan Berdasarkan Dimensi Metode *SERVQUAL*

No	Dimensi	Atribut no	Atribut Pertanyaan
1	Tangible	T1	Ruang kantor rapih
2		T2	Suhu ruangan area kerja nyaman
3		T3	Pelayanan karyawan/Administrasi ramah
4		T4	Kebersihan dalam ruangan maupun luar ruangan kerja
5	Reability	R1	Tidak adanya batasan jumlah pesanan produk
6		R2	Perusahaan memberikan informasi layanan dan transaksi dengan mudah

Tabel 3. 2 Lanjutan Atribut Pertanyaan Berdasarkan Dimensi Metode SERVQUAL

7	Responsive	R3	kelengkapan produk yang sesuai kebutuhan customer
8		RS1	Pelayanan yang diberikan kepada customer .
9		RS2	Merespon kepentingan customer dengan baik dan cepat
10		RS3	Menanggapi dengan baik atas keluhan yang diberikan oleh customer
11		RS4	Mampu memberikan penjelasan mengenai keunggulan produk maupun spesifikasi produk yang ditawarkan kepada Customer
12		RS5	Tingkat kesabaran dalam menghadapi karakteristik customer dalam memberikan keluhan
13	Assurance	RS6	Ketersediaan perusahaan dalam membantu memenuhi kebutuhan customer
14		A1	Ketepatan waktu pengiriman produk kepada customer
15		A2	Memberikan return produk jika terjadi produk defect
16	Empathy	A3	Kemudahan dalam mengakses atau penggunaan produk
17		E1	Keramahan dalam melayani customer
18		E2	Informasi yang diberikan oleh perusahaan dijelaskan dengan baik dan jelas
19		E3	Perusahaan dalam memprioritaskan kebutuhan customer
20		E4	Perusahaan memberikan solusi mengenai keluhan customer jika terjadi miskomunikasi tentang penggunaan produk yang Benar
21		E5	Perusahaan memberikan pengertian dan toleransi kepada customer

Kuesioner ini dibagi menjadi 2 bagian dimana pada bagian pertama merupakan bagian yang berisikan keterangan seputar individual para *customer* CV. Yanega Megah Utama, kemudian pada bagian 2 merupakan suatu atribut-atribut pertanyaan mengenai ekspektasi pelanggan terhadap persepsi dan harapan pelanggan tentang kualitas pelayanan yang diberikan oleh CV. Yanega Megah Utama kepada *customer*.

Kuesioner ini diberikan kepada responden atau *customer* CV. Yanega Megah Utama baik yang melakukan pembelian secara langsung maupun pembelian secara daring/online, sehingga kuesioner ini dibuat menggunakan :

1. Kuesioner elektronik (*Google Form*) untuk *customer* yang melakukan pembelian melalui daring.
2. Kuesioner langsung (*Lembar Pertanyaan*) untuk *customer* yang melakukan pembelian langsung ke gudang stok barang.

Dalam hal ini diukur dengan menggunakan skala *likers* dimana indeks pengukurannya yaitu 1-5. Responden akan memberikan penilaian secara objektif terkait tingkat persepsi yang diterima dan tingkat harapan (Ekspektasi) yang diinginkan oleh para *customer*. Berikut merupakan skala likers yang digunakan dalam kuesioner :

Tabel 3. 3 Skala liker tingkat Performance/persepsi customer CV. Yanega Megah Utama

Keterangan	Tidak puas	Kurang puas	Cukup puas	Puas	Sangat Puas
	TP	KP	CP	P	SP
Skala Likers	1	2	3	4	5

Tabel 3. 4 Skala liker tingkat Importance/Harapan customer CV. Yanega Megah Utama

Keterangan	Tidak Penting	Kurang Penting	Cukup Penting	Penting	Sangat Penting
	TP	KP	CP	P	SP
Skala Likers	1	2	3	4	5

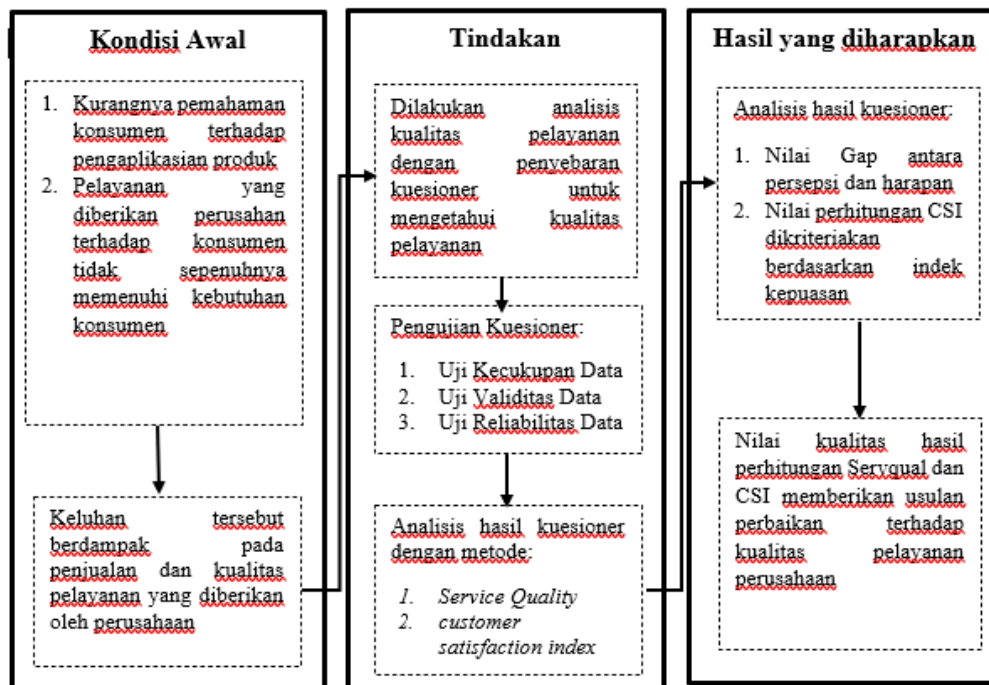
B. Penyebaran Kuesioner Awal

Untuk mencapai jumlah suatu responden yang dibutuhkan, penyebaran kuesioner II dilakukan dimana memuat pertanyaan pengukuran mengenai tingkat suatu harapan serta persepsi *customer* terhadap pelayanan yang diberikan oleh CV. Yanega Megah Utama.

3.2 Teknik Analisa Data

3.2.1 Kerangka Pemikiran

Dalam melakukan sebuah penelitian, konsep dasar serta kerangka terkait dengan penelitian harus sudah tergambar dengan jelas demi tercapainya tujuan dari penelitian itu sendiri. Berikut ini adalah kerangka pemikiran penelitian:

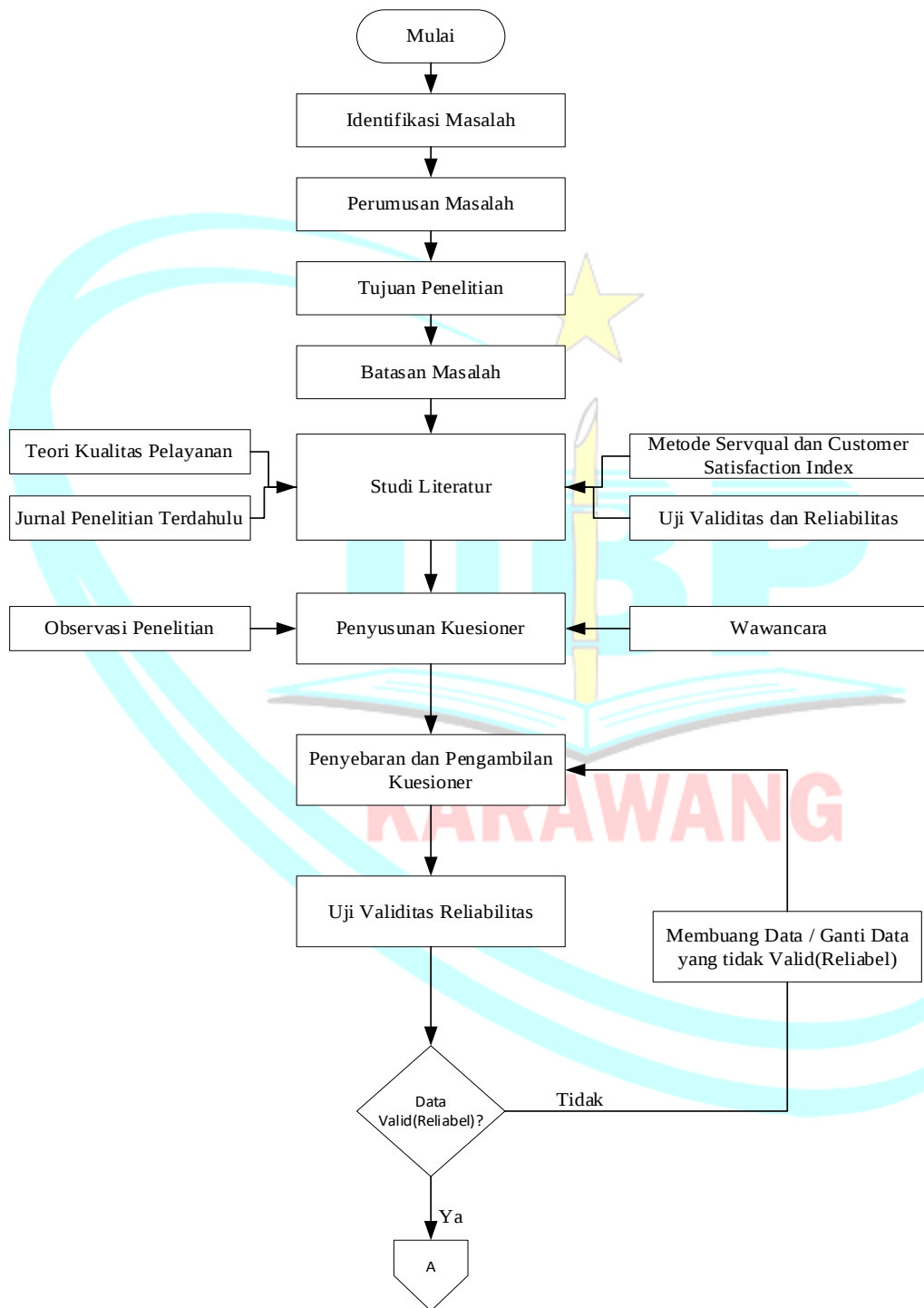


Gambar 3. 1 Kerangka Pemikiran

3.3 Prosedur Penelitian

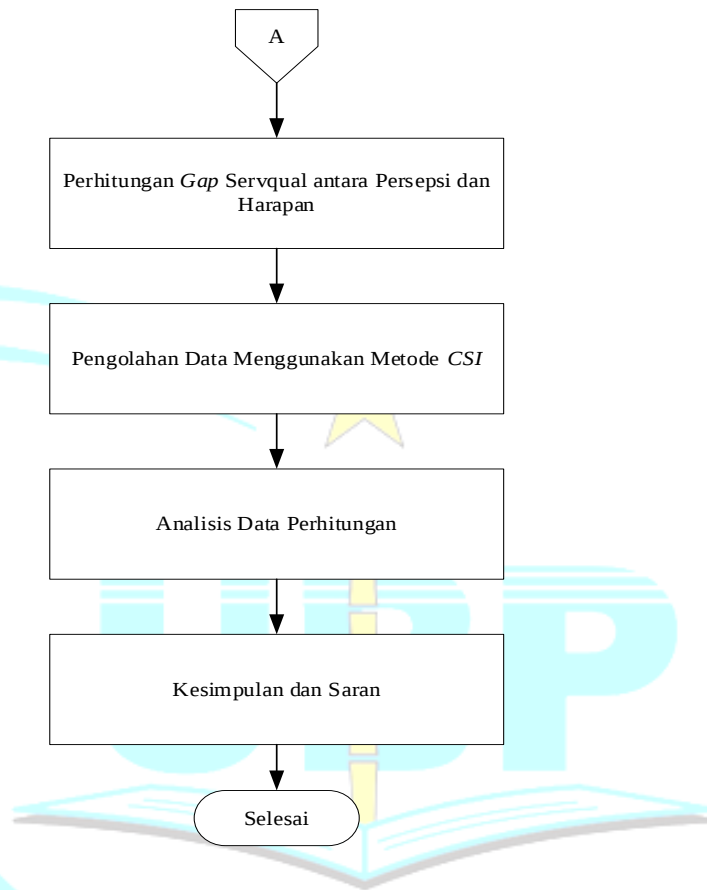
Prosedur penelitian merupakan alur/tahapan dalam permasalahan yang diteliti yang mengenai kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan jasa dan produk pada CV. Yanega Megah Utama. Dari suatu permasalahan pada penelitian ini dilakukan

abalisis dan pengolahan dengan menggunakan metode *Service Quality* dan *Customer Satisfaction Index*. Adapun langkah-langkah dari penelitian ini sebagai berikut :



Gambar 3. 2 Flowchart Penelitian

Sumber: (Penulis,2023)



Gambar 3. 3 Flowchart Penelitian Lanjutan

Sumber: (Penulis,2023)