

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di bengkel Muas Motor Cabang Gunung Batu Bogor. Pada bulan Januari 2024 sampai Agustus 2024, sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel di bawah ini.

Tabel 3. 1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No	Kegiatan	Maret				April		Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Observasi awal																						
2	Pengajuan izin																						
3	Persiapan penelitian																						
4	Pengumpulan data																						
5	Pengolahan data																						
6	Analisis dan evaluasi																						
7	Penulisan laporan																						
8	Seminar hasil																						

Sumber: penulis 2024

3.2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif, penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran) (Strauss dan Corbin dalam Sujarweni, 2023:19). Adapun dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian berdasarkan metode penelitian surve, penelitian yang dilakukan untuk mengumpulkan informasi yang dilakukan dengan cara menyusun daftar pertanyaan yang diajukan pada responden. Dalam kelompok atau perilaku individu. Penggalan data dapat melalui kuesioner dan wawancara. Pengumpulan data jika menggunakan kuesioner, dibuat sejumlah pertanyaan untuk diisi oleh responden (Sujarweni, 2023:8).

3.3. Populasi dan Sampel

Dalam penelitian pastinya memerlukan populasi dan sampel sebagai salah satu obyek yang akan digunakan untuk penelitian. Sampel ini diambil dari sebagian populasi yang ada untuk nantinya mengisi kuesioner yang akan penulis sebarakan kepada responden. Guna mendapatkan jawaban pernyataan yang ada dalam kuesioner tersebut. Nantinya jawaban dari responden ini yang akan penulis olah sebagai data yang akan menghasilkan sebuah kesimpulan.

3.3.1. Populasi

Banyak ahli menjelaskan tentang pengertian populasi salah satunya menurut Sujarweni (2023:65) menyatakan bahwa populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan servis sepeda motor di Yamaha Muas Motor Cabang Gunung Batu Bogor pada periode tahun 2023 sebanyak 2050 pelanggan.

3.3.2. Sampel

Sejalan dengan pengertian populasi, Sujarweni (2023:65) mengatakan bahwa sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Bila populasi besar, peneliti tidak mungkin mengambil semua untuk penelitian misal karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul mewakili dan harus valid, yaitu bisa mengukur sesuatu yang seharusnya diukur. Karena populasi dalam penelitian ini cukup banyak maka penulis menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel/banyaknya sampel

N = Populasi

e = Presisi yang ditetapkan (dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 10%)

Sumber: Sujarweni (2023:66)

Dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{2050}{1 + 2050 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{2050}{1 + 2050 (0,10)^2}$$

$$n = \frac{2050}{1 + 20,5}$$

$$n = \frac{2050}{21,5}$$

$$n = 95,34 \text{ (dibulatkan menjadi 96 responden)}$$

Berdasarkan hasil rumus slovin di atas, dimana jumlah populasi sebanyak 2050 pelanggan dengan standar error sebesar 10% sehingga didapatkan hasil sampel sebanyak 95,34 responden namun dibulatkan menjadi 96 responden.

Untuk mendapatkan sampel yang representif yaitu dapat mewakili populasi penelitian di atas, penulis menggunakan teknik pengambilan sampel *Nonprobability Sampling*. Teknik ini adalah teknik yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dengan penentuan (*Sampling Purposive*). Alasan penulis memilih sampel ini karena terdapat kriteria-kriteria tertentu pada responden, dengan kriteria sebagai berikut:

1. Minimal berusia 18 tahun
2. Responden merupakan pelanggan yang mempunyai sepeda motor Yamaha dan melakukan servis di bengkel Yamaha Muas Motor Cabang Gunung Batu.
3. Telah melakukan servis berkala dalam kurun waktu 1 tahun terakhir.
4. Bukan merupakan pelanggan dengan menggunakan kartu servis gratis.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data dapat dilakukan dengan beberapa cara. Sugiyono dalam Umarul (2022:26) menyatakan bahwa:

“Terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data. Kualitas instrumen penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas instrumen dan kualitas pengumpulan data berkenaan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Oleh karena itu instrumen yang telah teruji validitas dan

reliabilitasnya, belum tentu dapat menghasilkan data yang valid dan reliabel, apabila instrumen tersebut tidak digunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya”.

Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan sumber data dari data primer dan juga data sekunder. Menurut Sujarweni (2023:73-74) data primer adalah data yang diperoleh dari responden, kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber. Data yang diperoleh dari data primer ini harus diolah lagi. Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sedangkan data sekunder adalah data yang didapat dari catatan, buku, majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah, dan lain sebagainya. Data yang diperoleh dari data sekunder ini tidak perlu diolah lagi. Sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpulan data. Adapun beberapa teknik pengumpulan data yang penulis lakukan meliputi:

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan instrumen pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari para responden.

2. Observasi (Pengamatan)

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengamati berbagai objek tanpa melakukan komunikasi secara langsung.

3.5. Devinisi Operasional Variabel

Devinisi operasional merupakan salah satu aspek dalam penelitian untuk memberikan informasi mengenai cara mengukur variabel. Dengan ini penulis dapat mengetahui caranya melakukan pengukuran terhadap variabel yang akan dibangun dalam sebuah kuesioner. Dalam penelitian ini penulis menggunakan variabel yang ada dalam dimensi kualitas pelayanan. Diantaranya adalah *tangible* (bukti nyata), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati).

Tabel 3. 2. Definisi Operasional Variabel

DIMENSI	DEFINISI	ATRIBUT
<i>Tangible</i> (Bukti nyata)	Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.	1. Tersedianya air minum di ruang tunggu servis 2. Penampilan karyawan yang rapih dan juga safety 3. Kondisi bengkel yang rapih dan juga nyamana
<i>Reliability</i> (Keandalan)	Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Keinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.	1. Karyawan yang handal dalam melakukan servis sepeda motor 2. Memberikan informasi biaya servis dan <i>sparepart</i> yang diganti kepada pelanggan 3. Memberikan estimasi perkiraan pengerjaan servis
<i>Responsiveness</i> (Daya tanggap)	Yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsive) dan teapat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.	1. Keluhan pelanggan yang cepat direspon oleh karyawan bengkel 2. karyawan bengkel melakukan servis dengan cepat dan teratur 3. Memberikan solusi mengenai keluhan yang pelanggan rasakan pada sepeda motornya
<i>Assurance</i> (Jaminan)	Yaitu pengetahuan, kesopan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (communication), kredibilitas (credibility), keamanan (security), kompetensi (competence), dan sopan santu (courtesy).	1. Memberikan garansi setelah servis kepada semua pelanggan 2. Karyawan bengkel mempunyai pengetahuan yang cukup untuk menjawab keraguan pelanggan 3. Memastikan sepeda motor pelanggan aman setelah diservis
<i>Emphaty</i> (Empati)	Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan.	1. karyawan bengkel memberikan perhatian yang sama kepada para pelanggan tanpa dibeda-bedakan 2. Karyawan bengkel selalu menanyakan keluhan apa yang dirasakan pelanggan pada sepeda motornya 3. Karyawan bengkel memberikan pelayanan dengan setulus hati

Sumber: (Lupiyoadi dan Hamdani dalam Indrasari 2019:63-64)

3.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data bertujuan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian yang sebelumnya sudah ditulis. Data-data yang telah dikumpulkan dari responden nantinya akan diolah untuk bisa diambil kesimpulan sesuai dengan jenis uji yang dilakukan dalam penelitian. Dalam penelitian ini penulis menggunakan IPA dan CSI untuk analisis data. Pada akhir kesimpulan nantinya akan diketahui bagaimana tingkat kepentingan dan kinerja serta kepuasan pelanggan dalam penelitian ini.

3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran

Dalam penelitian ini nanti akan digunakan kuesioner. Penilaiannya akan menggunakan skala likert, nantinya setiap jawaban instrumen dibuat menjadi 5 penilaian untuk tingkat kepentingan dari sangat tidak penting sampai sangat penting, yang dapat berupa penjelasan seperti di bawah ini:

1. Sangat Tidak Penting (STP) (Skor 1)
2. Tidak Penting (TP) (Skor 2)
3. Cukup Penting (CP) (Skor 3)
4. Penting (P) (Skor 4)
5. Sangat Penting (SP) (Skor 5)

Selain menggunakan skala likert untuk tingkat kepentingan, juga ada skala likert untuk tingkat kinerja dari sangat tidak baik sampai sangat baik. Yang dapat berupa penjelasan seperti dibawah ini:

1. Sangat Tidak Baik (STB) (Skor 1)
2. Kurang Baik (KB) (Skor 2)
3. Cukup Baik (CB) (Skor 3)
4. Baik (B) (Skor 4)
5. Sangat Baik (SB) (Skor 5)

Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Selanjutnya indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban atas pertanyaan atau pernyataan itulah yang nantinya akan diolah sampai menghasilkan kesimpulan. Guna menentukan gradasi hasil jawaban responden maka diperlukan angka penafsiran.

Angka penafsiran inilah yang digunakan dalam setiap penelitian kualitatif untuk mengolah data mentah yang akan dikelompok-kelompokkan sehingga dapat

diketahui hasil akhir degradasi atas jawaban responden, adapun penentuan interval angka penafsiran dilakukan dengan cara mengurangkan skor tertinggi dengan skor terendah dibagi dengan jumlah skor sehingga diperoleh interval penafsiran seperti di bawah ini.

$$\begin{aligned}\text{Interval Angka Penafsiran} &= (\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}) / n \\ &= (5 - 1) / 5 \\ &= 0,80\end{aligned}$$

Tabel 3. 3. Angka Penafsiran Importance

INTERVAL PENAFSIRAN	KATEGORI
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Penting
1,81 – 2,60	Tidak Penting
2,61 – 3,40	Cukup Penting
3,41 – 4,20	Penting
4,21 – 5,00	Sangat Penting

Tabel 3. 4. Angka Penafsiran Performance

INTERVAL PENAFSIRAN	KATEGORI
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik
1,81 – 2,60	Kurang Baik
2,61 – 3,40	Cukup Baik
3,41 – 4,20	Baik
4,21 – 5,00	Sangat Baik

Adapun rumus penafsiran yang digunakan adalah:

$$M = \frac{\sum f(X)}{n}$$

Keterangan:

M = Angka penafsiran

f = Frekuensi jawaban

x = Skala nilai

n = Jumlah seluruh jawaban

3.6.2. Importance Performance Analysis (IPA)

Menurut Dirgantara dan Sambodo dalam Pranata (2020:34) model *Importance Performance Analysis* (IPA) bertujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi pelanggan dan prioritas peningkatan kualitas jasa atau dikenal juga sebagai “*quadrant analysis*”. Berdasarkan hasil penilaian tingkat kepentingan dan hasil penilaian kinerja, maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara kepentingan dan tingkat pelaksanaannya. Tingkat tersebut akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Adapun rumus untuk menghitung tingkat kesesuaian yang digunakan yaitu:

$$Tk = \frac{X1}{Y1} \times 100\%$$

Keterangan:

Tk = Tingkat Kesesuaian

X1 = Skor Penilaian Kinerja (Performance)

Y1 = Skor Penilaian Kepentingan (Importance)

Untuk selanjutnya dilakukan analisis kuadran untuk menghitung rata-rata penilaian tingkat kepentingan (*Importance*) dan kinerja (*Performance*) untuk setiap item atribut dengan rumus sebagai berikut:

$$\bar{Xi} = \frac{\sum_{i=1}^k Xi}{n}$$

Xi = Bobot rata-rata tingkat penilaian atribut kinerja ke-i

n = Jumlah responden

$$\bar{Yi} = \frac{\sum_{i=1}^k Yi}{n}$$

Yi = Bobot rata-rata tingkat penilaian atribut kepentingan ke-i

n = Jumlah responden

Tahap berikutnya menghitung rata-rata penilaian tingkat kepentingan (*Importance*) dan kinerja (*Performance*) untuk keseluruhan atribut dengan rumus:

$$\bar{\bar{Xi}} = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{Xi}}{n}$$

Xi = Bobot rata-rata tingkat penilaian atribut kinerja ke-i

n = Jumlah responden

$$\bar{Y}_i = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{Y}_i}{n}$$

Y_i = Bobot rata-rata tingkat penilaian atribut kepentingan ke-i

n = Jumlah responden

3.6.3. Customer Satisfaction Index (CSI)

Customer Satisfaction Index (CSI) diperlukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa berupa persentase pelanggan yang senang dalam suatu survei kepuasan pelanggan.

Berikut langkah-langkah untuk menghitung *customer satisfaction index* menurut (Ihsani dalam Pranata, 2020:35)

1. Tahap pertama ialah menentukan *Mean Importance Score* (MIS). Nilai yang dihitung ini berasal dari nilai rata-rata kepentingan tiap pelanggan. Nilai ini dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$MIS = \frac{(\sum_{i=1}^n Y_i)}{n}$$

Diketahui:

n = Jumlah responden

Y_i = Nilai kepentingan atribut Y ke-i

2. Tahap kedua ialah menghitung *Weighting Factor* (WF), yaitu merubah nilai rata-rata kepentingan menjadi angka presentase dari total rata-rata tingkat kinerja seluruh atribut yang diuji. Nilai ini dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\%$$

Diketahui:

P = Atribut kepentingan ke-p

3. Tahap ketiga membuat *Weight Score* (WS). WS ini merupakan perkalian antara WF dengan rata-rata tingkat kepuasan (X) (Mean Satisfaction Score = MSS). Nilai ini dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$WS_i = WFi \times MSS$$

4. Tahapan keempat yaitu menghitung *Costumer Satisfaction Index* (CSI) dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WSi}{HS} \times 100\%$$

Diketahui:

p = Atribut kepentingan ke-p

HS = *Highest Scale* yaitu skala maksimum yang digunakan.

Tabel 3. 5. Interpretasi Nilai CSI

ANGKA INDEKS	INTERPRETASI
0% - 34,99%	Tidak Puas
35% - 50,99%	Sedikit Puas
51% - 65,99%	Cukup Puas
66% - 80,99%	Puas
81% - 100%	Sangat Puas

Sumber: Pranata (2020:36)

3.6.4. Uji Kualitas Data

Uji kualitas data biasanya terdiri dari 2 hal yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Uji ini dilakukan dengan menggunakan *Statistical Package for Social Science* (SPSS) untuk menguji apakah kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid dan dapat diandalkan.

1. Uji Validitas

Menurut Khairunnisa (2023:53) uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Jadi pengujian validitas itu mengacu pada sejauh mana suatu instrument dalam menjalankan fungsi. Suatu alat pengukur dikatakan valid, apabila alat itu mengukur apa yang perlu diukur oleh alat tersebut. Uji validitas alat ukur statistik yang digunakan untuk mengukur sebuah data yang nantinya dinyatakan valid atau tidak.

Uji validitas ini menggunakan *Statistical Package for Social Science* (SPSS). Kemudian untuk melihat valid atau tidaknya suatu instrumen bisa lihat kolom *Corrected-Total Correlation* ditabel *item-Total Statistics*. Kemudian lihat angkanya,

jika di atas 0,3 maka indikator/item pernyataan tersebut valid. Sebaliknya jika di bawah 0,3 maka indikator/item pernyataan tersebut tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Khairunnisa (2023:60) reliabilitas adalah serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur yang memiliki konsistensi bila pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur itu dilakukan secara berulang. Reliabilitas tes adalah tingkat keajegan (konsistensi) suatu tes, yakni sejauh mana suatu tes dapat dipercaya untuk menghasilkan skor yang ajeg, relatif tidak berubah walaupun diteskan pada situasi yang berbeda-beda. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa reliabilitas adalah tes untuk mengukur atau mengamati sesuatu yang menjadi objek ukur. Suatu tes dapat dikatakan mempunyai reliabilitas yang tinggi jika tes tersebut dapat memberikan hasil yang tetap sama (konsisten, ajeg). Hasil pengukuran itu harus tetap sama (relative sama) jika pengukurannya diberikan pada subjek yang sama meskipun dilakukan oleh orang yang berbeda, waktu yang berbeda, dan tempat yang berbeda pula. Alat ukur yang reliabilitasnya tinggi disebut alat ukur yang reliabel.

Uji reliabilitas ini juga sama seperti uji validitas dengan menggunakan *Statistical Package for Social Science* (SPSS). Kemudian untuk melihat reliabel atau tidaknya suatu instrumen bisa dilihat nilai *Cronbach Alpha* ditabel *Reliability Statistics*, jika nilai *Cronbach Alpha* $>0,6$ maka bisa dinyatakan reliabel. Sebaliknya jika nilai *Cronbach Alpha* $<0,6$ maka bisa dinyatakan tidak reliabel.