

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kantor Pos *Processing Center* Gresik yang beralamatkan Jalan Dr. Soetomo No. 133-135 Kebomas Gresik. Objek penelitiannya adalah pelanggan di Kantor Pos tersebut.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah berupa data primer dan data sekunder :

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh melalui pengamatan atau penelitian dan wawancara secara langsung kepada konsumen atau pelanggan melalui kuesioner yang dibagikan kepada konsumen atau pengirim barang yang mau mengirim barang.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui literatur-literatur yang berkaitan dengan penelitian dan dokumen perusahaan. Data ini digunakan sebagai petunjuk dalam pelaksanaan penelitian dan semua informasi yang berguna dalam penyusunan laporan.

3.3 Alat dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Kualitas Layanan

Kualitas layanan dapat diukur dengan menggunakan dimensi *Servqual*, yaitu suatu model yang telah banyak digunakan untuk mengukur kualitas layanan (Parasuaraman *et al.*, 1988). Model tersebut dianggap sebagai yang paling efisien dalam membantu suatu perusahaan untuk meningkatkan kualitas layanan. Model ini dianggap sebagai alat pengukuran kualitas layanan yang paling banyak digunakan untuk mengukur kualitas layanan. *Servqual* memberikan kontribusi yang sangat besar dan menimbulkan banyak ketertarikan dan merumuskan sepuluh

dimensi kualitas layanan sebagai berikut :

1. *Reliability* (kehandalan), yaitu melibatkan konsistensi dari kinerja dan keterkaitan. Dalam hal ini perusahaan dituntut untuk memberikan jasa dengan benar pada saat yang tepat.
2. *Responssiveness* (ketanggapan), berhubungan dengan kesigapan atau kesediaan dari karyawan untuk menyediakan jasa. Ketanggapan ini melibatkan ketepatan waktu dari jasa.
3. *Competence* (kemampuan), berarti memiliki pengetahuan dan ketrampilan yang diperlukan untuk melaksanakan jasa.
4. *Access* (mudah diperoleh), berarti memiliki pendekatan dan mudah melakukan kontak.
5. *Corteesy* (kehormatan), melibatkan kesopanan, rasa hormat, pertimbangan, dan keakraban dari kontak personil.
6. *Communication* (komunikasi), berarti memelihara konsumen dengan bahasa yang mudah dimengerti dan mendengarkan konsumen.
7. *Credibility* (dapat dipercaya), berarti kelayakan, kepercayaan, dan kejujuran.
8. *Security* (keamanan), berarti bebas dari bahaya, resiko, dan ancaman.
9. *Understanding/knowing* (memahami), yaitu usaha untuk memahami kebutuhan konsumen.
10. *Tangibles* (bukti fisik kasat mata), berarti bukti secara fisik yang meliputi fasilitas fisik, penampilan personil, peralatan, dan perlengkapan yang disediakan.

Setelah merumuskan sepuluh dimensi kualitas jasa di atas, peneliti kembali menyempurnakan dimensi kualitas jasa tersebut. Kesepuluh dimensi kualitas jasa tersebut dipertajam menjadi lima dimensi yang dikenal dengan istilah *Servqual*, yaitu :

1. *Tangibles* (bukti fisik), yaitu dimensi jasa yang berkaitan dengan penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan bahan komunikasi.
2. *Empathy* (empati), yaitu kesediaan memberikan perhatian yang mendalam dan khusus kepada masing-masing konsumen.
3. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan melaksanakan jasa yang

dijanjikan secara meyakinkan dan akurat.

4. *Responssiveness* (ketanggapan), yaitu kesediaan melayani konsumen dan memberikan jasa dengan cepat.
5. *Assurance* (jaminan), yaitu pengetahuan dan kesopanan serta kemampuan penyedia jasa menyampaikan kepercayaan dan keyakinan.

3.3.2 Dimensi Pengukuran Kualitas

Dimensi dan atribut yang digunakan dalam pengukuran kualitas pelayanan diadaptasi dari (Almanditya dkk, 2015).

Tabel 3.1 Atribut Penilaian Kualitas Pelayanan

<i>Tangible</i>	
No	Atribut
1	Kenyamanan lahan parkir (aman, cukup luas, terlindungi panas dan hujan, ada petugas)
2	Daya tarik desain luar gedung
3	Daya tarik desain dalam gedung
4	Kenyamanan ruang tunggu (bersih, rapi, tempat duduk memadai)
5	Kenyamanan tempat pelayanan (bersih, rapi, teratur)
6	Kelengkapan peralatan yang digunakan (alat tulis, komputer, timbangan, lem, stempel)
7	Kondisi peralatan yang digunakan (lengkap dan modern)
8	Kebersihan dan kerapian penampilan karyawan
9	Daya tarik penampilan karyawan (rapi, sopan)
10	Daya tarik sarana promosi (brosur, pamflet)
11	Kelengkapan sarana komunikasi dan informasi
<i>Reliabilitas</i>	
No	Atribut
1	Kesesuaian antara yang dijanjikan dengan kenyataan untuk lamanya waktu penyampaian barang
2	Kesesuaian antara biaya yang tercantum dengan biaya yang dibayar
3	Ketepatan pengiriman barang sesuai dengan alamat yang tercantum
4	Kecepatan penyampaian barang
<i>Emphaty</i>	
No	Atribut
1	Kemudahan untuk menjangkau lokasi kantor
2	Kemudahan akses untuk menyampaikan kritik dan saran serta keluhan pelanggan
3	Lamanya waktu pelayanan
4	<i>Follow up</i> kritik dan saran

<i>Responsiveness</i>	
No	Atribut
1	Karyawan melakukan pelayanan kepada pelanggan dengan cepat
2	Karyawan melayani keluhan pelanggan dengan tulus
3	Menerima retur barang dari pelanggan
4	Karyawan selalu dapat menyelesaikan keluhan pelanggan
<i>Assurance</i>	
No	Atribut
1	Kualitas <i>brand image</i> perusahaan sebagai penyedia jasa layanan barang
2	Keramahan dan kesopanan karyawan
3	Keamanan dalam proses pengiriman
4	Kejelasan dan kelengkapan informasi yang diberikan

Sumber : (Almanditya dkk, 2015).

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi merupakan proses pengamatan langsung dilapangan untuk mengetahui kondisi serta informasi yang berkaitan dengan obyek penelitian.

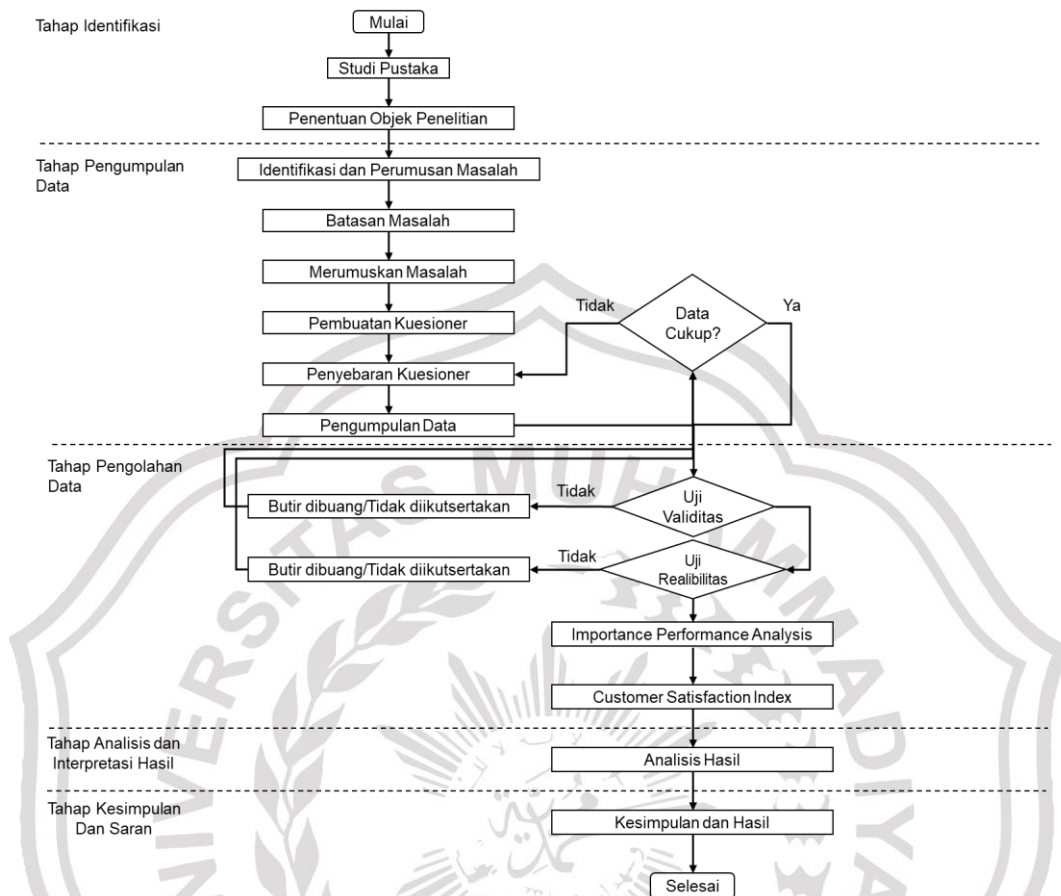
b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pihak manajemen maupun pelanggan untuk menggali informasi yang dibutuhkan.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan informasi yang didalamnya terdapat beberapa pertanyaan yang akan disebar kepada responden yang akan diminta untuk mengisi kuesioner tersebut.

3.5 Kerangka Penelitian



Gambar 3.1 Diagram Alir Kerangka Penelitian

3.6 Populasi dan Sampel

3.6.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan pengamatan yang menjadi perhatian kita (Walpole, 1995). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan atau konsumen yang datang untuk transaksi pengiriman barang dan transaksi keuangan di Kantor Pos *Processing Center* Gresik Jl. Dr. Soetomo 133-135 Kebomas Gresik. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui dan memiliki jumlah yang besar.

3.6.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dikenai penelitian. Banyak cara yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel yang akan diuji. Penentuan jumlah sampel bertujuan untuk mengetahui berapa sampel yang harus diambil guna

penelitian agar sesuai dengan aturan atau pendekatan statistik. Kriteria sampel pada penelitian ini adalah pelanggan Kantor Pos *Processing Center* Gresik Jl. Dr. Soetomo 133-135 Kebomas Gresik dengan minimal kunjungan sebelumnya adalah minimal sebanyak 1 kali, usia minimal adalah 19 tahun.

Dalam penelitian ini, populasi memiliki jumlah yang besar serta tidak diketahui berapa jumlahnya. Dikarenakan tidak diketahui besarnya proporsi sampel p , dan $p(1-p)$ juga tidak diketahui. Maka pengujian ini belum dapat dilakukan, akan tetapi nilai p selalu diantara 0 sampai 1 dengan nilai p maksimum, maka :

$$F(p) = p - p^2$$

$$(df(p))/(df(p)) = 1 - 2p$$

$$\frac{df(p)}{df(p)} \text{ maksimal jika } (df(p))/(df(p)) = 0$$

$$0 = 1 - 2p$$

$$-1 = -2p$$

$$p = 0,5$$

Rumus yang digunakan untuk menentukan besarnya jumlah sampel pada metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) adalah dengan menggunakan rumus (Sudjana, 1992) :

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 p(1-p)}{E^2} \dots \dots \dots (3.1)$$

$$n = \frac{(1,645)^2 \times 0,5(1 - 0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = 67,65 \sim 68$$

Keterangan:

- n : besarnya sampel yang diperlukan
- p : proporsi yang diduga
- $z_{\alpha/2}$: nilai z (tabel normal) berhubungan dengan tingkat kepercayaan.
- E : Kesalahan maksimum yang dapat diteri

Besarnya $p(1-p)$ diganti dengan angka maksimumnya, yaitu, 0,25 karena p tidak diketahui. Besarnya standar error yang digunakan yaitu 10% dan tingkat kepercayaan sebesar 90%.

Pada metode *Improvement Gap Analysis* (IGA) jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 30 responden atau sampel. Untuk penelitian eksperimen dan komparatif, diperlukan sampel sebanyak 15-30 (Borg & Gall dalam Alwi, 2015).

3.7 Analisa Data

3.7.1 Skala *Likert*

Skala linkert digunakan untuk memberikan bobot pada setiap pilihan/jawaban pada kuesioner yang diberikan kepada responden. Diperkenalkan pertama kali oleh Rensis Linkert dengan beberapa kelebihan yaitu skala ini mudah dibuat dan dijalankan. Selain itu responden juga cepat memahami dari skala *likert*. Pada penelitian ini terdapat beberapa skala linkert yang disesuaikan dengan jenis kuesioner. Berikut adalah skala linkert yang digunakan dalam penelitian ini :

Tabel 3.2 Skala *likert* untuk kuesioner *functional & disfunctional question*

Tingkat Kepuasan	Skala
Sangat Puas	3
Puas	2
Sedikit Puas	1
Netral	0
Sedikit Tidak Puas	-1
Tidak Puas	-2
Sangat Tidak Puas	-3

Sumber : (Tontini & Picolo, 2010)

Tabel 3.3 Skala *likert* untuk kepuasan dan tingkat kepentingan

Tingkat Kepentingan	Skala	Tingkat Kepuasan
Sangat Tidak Penting	1	Sangat Tidak Puas
Tidak Penting	2	Tidak Puas
Cukup Penting	3	Cukup Puas
Penting	4	Puas
Sangat Penting	5	Sangat Puas

Sumber : (Tontini & Picolo, 2010)

3.7.2 Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur tersebut sesuai. Pengujian ini dilakukan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Pada penelitian ini terdapat 4 (empat) kategori kuesioner sehingga

uji validitas dilakukan sebanyak 4 (empat) kali dengan masing masing kategori data tersebut diuji kevalidan-nya. Pengukuran ini dilakukan menggunakan *software SPSS* dengan maksud mengetahui rhitung menggunakan tingkat signifikansi sebesar 10% dengan derajat kebebasan (df) = $n-2$. Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Hipotesis Penelitian

H0 : Data butir pertanyaan kuesioner valid

H1 : Data butir pertanyaan kuesioner tidak valid

2. Daerah Kritis

$r_{hitung} > r_{tabel}$ maka H0 diterima (data/atribut valid)

$r_{hitung} < r_{tabel}$ maka H0 ditolak (data/atribut tidak valid)

Untuk menentukan rhitung pada uji validitas bisa dengan menggunakan *software SPSS versi 23 for Windows*.

3.7.3 Realibilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang diperuntukan untuk mengukur tingkat konsistensi dalam suatu kejadian pada data kuesioner. Tujuan dari uji reliabilitas ini adalah mengetahui apakah hasil dari kuesioner tersebut stabil dalam mengukur suatu kejadian. Dalam uji reliabilitas dilakukan dengan cara menggunakan analisis Cronbach Alpha dengan tingkat signifikansi α sebesar 10% dengan derajat kebebasan (df) = $n-2$. Kemudian akan dilakukan perbandingan antara r_{alpha} dan r_{tabel} . Jika $r_{alpha} > r_{tabel}$ maka data tersebut reliabel. Namun jika $r_{alpha} < r_{tabel}$ maka data tersebut tidak reliabel.

Suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,6$ (Ghozali, 2011). Untuk menentukan r_{alpha} dalam perhitungan uji reliabilitas bisa dengan cara menggunakan *software SPSS* dengan cara: Klik *Analyze > Scale > Reliability Analysis*.

3.8 Analisa dan Pembahasan

Tahapan dalam proses penelitian ini pertama adalah dengan melakukan studi lapangan dan studi literatur dari berbagai sumber jurnal maupun buku yang mendukung. Dari studi lapangan dan studi literatur yang dilakukan kemudian mengidentifikasi permasalahan yang ada yang meliputi gejala masalah ataupun

fenomena yang muncul di lapangan. Dari identifikasi permasalahan kemudian menentukan rumusan masalah yang di dasari dari identifikasi masalah serta menentukan tujuan dari penelitian yang akan dilakukan.

Tahap selanjutnya adalah menentukan batasan masalah dengan tujuan untuk memfokuskan penelitian yang akan dilakukan. Selanjutnya yaitu pengembangan dan pemilihan metode serta model pendukung yang akan digunakan dalam penelitian. Dari hasil pemilihan metode dan model yang akan digunakan dalam penelitian kemudian masuk ke tahap pengumpulan data. Sebelum melakukan proses collecting data, dilakukan penentuan variabel yang akan digunakan yang disesuaikan dengan metode dan model yang telah ditentukan.

Data yang telah didapatkan kemudian diolah ke tahap selanjutnya yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Pada tahapan ini jika hasil uji yang dilakukan tidak memenuhi syarat (data tidak valid atau tidak reliabel) maka proses akan kembali ke tahap sebelumnya yaitu pengumpulan data. Jika hasil uji memenuhi syarat (data valid dan reliabel) maka proses akan berlanjut ke tahap selanjutnya yaitu tahap pengolahan data dengan menggunakan metode *Improvement Gap Analysis* (IGA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Dari hasil pengolahan data yang dilakukan kemudian dilakukan analisis terhadap hasil tersebut yang didasari oleh rumusan masalah, tujuan penelitian, dan metode serta model yang digunakan dalam penelitian. Tahap selanjutnya setelah analisis data adalah menyimpulkan dari hasil analisa yang dilakukan dan memberikan saran kepada peneliti selanjutnya, objek penelitian ataupun keduanya.

3.9 Kesimpulan dan Saran

Pada tahap ini peneliti memberikan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah di lakukan di Kantor Pos *Processing Center* Gresik. Jawaban dari tujuan penelitian didapatkan dari hasil menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan dan memberikan saran kepada perusahaan untuk meningkatkan pelayanannya lebih baik lagi dan membuat masukan kepada peneliti selanjutnya supaya bisa meneliti lebih lanjut lagi.