

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan dilaksanakan diawal dari serangkaian metodologi penelitian, di mana tahapan ini dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh informasi terkait perusahaan. Disini peneliti akan mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi perusahaan serta mencari penyebab permasalahan tersebut.

3.2. Studi Lapangan

Studi lapangan dimaksudkan guna memperoleh gambaran secara umum terkait situasi dan kondisi perusahaan sehingga dapat diidentifikasi permasalahannya dan kemudian dicari solusinya.

3.3. Studi Literatur

Studi literatur ini dilakukan dengan tujuan untuk menghimpun semua informasi dan dasar teori dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, dan referensi lainnya. Teori-teori ini menjadi landasan untuk menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi.

3.4. Perumusan Masalah

Setelah melakukan evaluasi terhadap kondisi perusahaan, penelitian ini akan menentukan topik permasalahan yang akan diselidiki. Proses ini dilakukan melalui perumusan masalah, yang bertujuan untuk mengidentifikasi fokus observasi dan analisis pada penelitian. Perumusan masalah didasarkan pada latar belakang penelitian. Dengan merumuskan masalah secara jelas, diharapkan bahwa selama proses penelitian, baik permasalahan yang diteliti maupun objek penelitian tidak berubah.

3.5. Tujuan Penelitian

Penentuan tujuan penelitian ini dilakukan untuk memberikan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan, sehingga implementasinya memberikan manfaat yang

besar. Rincian-rincian tujuan umumnya dijelaskan di bab 1. Langkah ini dinilai krusial dalam menetapkan tujuan penelitian. Tujuan penelitian perlu ditetapkan secara jelas untuk digunakan sebagai panduan dalam proses penelitian, untuk memastikan bahwa penelitian dilaksanakan sesuai dengan kerangka penelitian, dan pada akhirnya mencapai tujuan yang diharapkan.

3.6. Pengumpulan Data

Penghimpunan data diperlukan untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai peristiwa atau fokus penelitian yang sedang diselidiki. Penghimpunan data penelitian ini dilakukan melalui tahapan:

a. Identifikasi Awal Atribut Penelitian

Tahap ini dimaksudkan guna mengidentifikasi berbagai faktor yang berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan di Showroom AA Motor. Atribut-atribut yang dianalisis berlandaskan faktor-faktor yang digunakan oleh pelanggan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan, sebagaimana dijelaskan oleh Parasuraman et al. (Tjiptono, 2020), yakni:

1. Bukti nyata termasuk fasilitas fisik, peralatan, staf, dan media komunikasi.
2. Keandalan, yaitu upaya pemberian layanan sesuai apa yang dijanjikan kepada pelanggan secara cepat, akurat dan memuaskan.
3. Daya tanggap, adalah kesiapan staf untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan dengan cepat.
4. Jaminan meliputi pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan keandalan staf, serta keamanan dari bahaya dan risiko.
5. Empati mencakup kemudahan dalam berhubungan, komunikasi yang efektif, perhatian pribadi, dan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan.

Penggunaan dimensi kualitas pelayanan ini didasarkan pada keyakinan bahwa dimensi-dimensi tersebut mampu mewakili seluruh aspek kualitas, baik dari sisi teknis, yakni segala bentuk fisik yang dihasilkan melalui proses pelayanan, maupun dari sisi fungsional, yaitu cara atau proses di mana konsumen menerima layanan yang diberikan. Setelah identifikasi awal atribut-atribut ini, dilakukan

konfirmasi ulang kepada konsumen untuk memastikan apakah atribut-atribut yang telah diidentifikasi sudah mencukupi atau memerlukan penyesuaian lebih lanjut.

b. Penentuan Sampel Penelitian

Jumlah responden penelitian ini ada 20 orang, yang didasarkan pada prinsip statistik bahwa jumlah sampel minimum harus lebih besar dari atau sama dengan 20 ($n \geq 20$). Untuk kuesioner kedua, jumlah responden ditentukan dengan menggunakan tabel Pagoso, Garcia, dan Guerrero de Leon (1978). Penggunaan tabel ini bertujuan untuk mengantisipasi kemungkinan adanya kuesioner yang rusak atau tidak dikembalikan, sehingga tetap memenuhi jumlah sampel minimum yang dibutuhkan.

c. Penyusunan dan Penyebaran Kuesioner

Setelah atribut-atribut ditentukan, kuesioner tahap 1 disusun dan disebar. Kuesioner ini diperuntukan guna mengidentifikasi atribut-atribut kepuasan pelanggan di Showroom AA Motor yang dianggap penting oleh pelanggan. Penelitian ini menggunakan populasi pelanggan AA Motor dari bulan Juli hingga Desember 2023, yang berjumlah total 130 orang. Jumlah responden untuk kuesioner pendahuluan adalah 20 responden, sesuai dengan prinsip statistik yang menyarankan bahwa jumlah sampel minimum harus melebihi 20 sampel untuk menghasilkan distribusi data yang lebih normal. Kuesioner ini dirancang untuk mengidentifikasi variabel tambahan dari perspektif responden, sehingga jumlah responden yang memadai adalah $n \geq 20$. Kuesioner pendahuluan menggunakan kombinasi pertanyaan tertutup dan terbuka untuk mengumpulkan informasi yang berasal langsung dari pengalaman dan pendapat pelanggan.

d. Hasil Penyebaran Kuesioner 1

Hasil dari tahap ini menggunakan 5 dimensi servqual. Di dalam dimensi ini, atribut-atribut akan dikelompokkan berdasarkan kesamaan karakteristiknya, sehingga memungkinkan untuk analisis yang lebih terperinci. Data yang terkumpul dari responden akan menjadi dasar untuk merancang kuesioner berikutnya yang akan menggali lebih dalam mengenai ekspektasi dan persepsi pelanggan terhadap pelayanan.

e. Pembuatan Kuesioner Ekpektasi dan Persepsi

Penyusunan kuesioner II didasarkan pada atribut-atribut yang sudah dihimpun dari tahap awal penelitian, yang kemudian diperkaya dengan data dari penyebaran kuesioner tahap 1. Kuesioner ini dirancang untuk mendapatkan informasi umum tentang responden serta mengajukan pertanyaan mengenai ekspektasi dan persepsi mereka terhadap layanan di Showroom AA Motor. Bagian ekspektasi ini ditujukan untuk mengidentifikasi atribut-atribut yang dianggap penting atau tidak penting oleh pelanggan dalam penilaian terhadap kualitas layanan di showroom tersebut.

Tabel 3.1 Skala Likert

Persepsi		Ekspektasi	
Nilai	Arti	Nilai	Arti
1	Sangat Tidak Puas	1	Sangat Tidak Puas
2	Tidak Puas	2	Tidak Puas
3	Cukup Puas	3	Cukup Puas
4	Puas	4	Puas
5	Sangat Puas	5	Sangat Puas

3.7. Pengolahan Data

A. Metode *Servqual*

Penghitungan *score servqual* dapat dilakukan apabila sudah diketahui rata – rata nilai setiap atribut dari ekpektasi dan persepsi dengan formulasi berikut:

$$\bar{X}E_i = \frac{\sum E_i}{n}$$

$$\bar{X}P_i = \frac{\sum P_i}{n}$$

Dimana :

$\bar{X}P_i$ = nilai rata-rata dari skor persepsi yang diberikan oleh responden untuk setiap atribut kualitas ke-i.

$\bar{X}E_i$ = ai rata-rata dari skor ekspektasi yang diberikan oleh responden untuk setiap atribut kualitas ke-i

ΣE_i = keseluruhan nilai ekspektasi dari semua responden untuk setiap atribut kualitas.

ΣP_i = keseluruhan nilai persepsi dari semua responden untuk setiap atribut kualitas

n = total responden

Nilai *servqual* adalah selisih antara nilai persepsi dan ekspektasi, yang dihitung menggunakan formulasi berikut:

$$SS_i = \bar{X}P_i - \bar{X}E_i$$

Dimana:

SS_i = Servqual Score setiap atribut kualitas

Servqual negatif mengindikasikan adanya kemungkinan gap kualitas dalam atribut kualitas. Jika nilainya positif mengindikasikan bahwa pelanggan puas terhadap kualitas dari produk atau jasa.

B. Metode IPA

Metode IPA dilakukan dengan membandingkan apa yang diharapkan oleh konsumen dengan kinerja yang mereka rasakan dari suatu perusahaan, yang dimaksudkan untuk menilai tingkat kepuasan pelanggan dengan cara mengidentifikasi atribut-atribut kualitas layanan yang dianggap penting oleh pelanggan.

1. Tahapan dari Metode IPA

Score pengukuran kinerja perusahaan adalah hasil dari perkalian antara persepsi konsumen terhadap kinerja perusahaan dengan tingkat kepentingan atau harapan mereka terhadap atribut-atribut tertentu.

Tahapan ini mengimplikasikan bahwa semakin tinggi skornya, semakin besar pula prioritasnya untuk ditingkatkan. Tahapn dari metode IPA, yakni:

- Menentukan atribut awal:

- a. Menentukan seberapa pentingnya atribut tersebut bagi konsumen.
 - b. Menilai seberapa baik perusahaan dalam jasa yang ditawarkan menggunakan analisis kuadran, adapun tahapannya adalah:
 - a. Menghitung data yang diperoleh
 - b. Menggunakan Excel untuk menguji reliabilitas dan validitas data
 - c. Memastikan sampel responden mewakili populasi dengan baik
 - d. Menghitung rata-rata skor persepsi dan harapan dari atribut-atribut yang dinilai
 - e. Menghitung \bar{X} adalah rerata dari rata-rata skor kepuasan terhadap semua atribut dan \bar{Y} adalah rerata dari skor tingkat kepentingan semua atribut yang menentukan tingkat kepuasan konsumen.
 - f. Menggambarkan hasil analisis ke dalam kuadran
2. Tahapan penyusunan diagram kartesius

Dari hasil penelitian tentang tingkat harapan dan kinerja, dilakukan perhitungan untuk mengevaluasi sejauh mana tingkat kesesuaian antara keduanya. Tingkat kesesuaian ini mengindikasikan perbandingan antara skor kinerja pelaksanaan dengan skor kepentingan dari setiap atribut. Informasi yang diperoleh dari tingkat kesesuaian tersebut digunakan untuk menetapkan prioritas dalam meningkatkan atribut-atribut yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Analisis ini terdiri dari dua variabel, yang disimbolkan sebagai X dan Y. Variabel X menggambarkan tingkat kinerja dari setiap atribut, sementara variabel Y menggambarkan skor tingkat kepentingan atribut tersebut bagi kepuasan pelanggan. Dalam menyederhanakan rumus ini, setiap atribut yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan akan direpresentasikan dan dianalisis berdasarkan kedua variabel ini.

Dalam diagram kartesius ada 4 bagian yang dibatasi oleh dua garis yang bertemu tegak lurus di titik (\bar{X}, \bar{Y}) , di mana \bar{X} mewakili rerata skor kinerja dari semua atribut yang dipertimbangkan, sementara \bar{Y} adalah rerata skor kepentingan dari semua atribut yang menentukan kepuasan pelanggan.

3.8. Analisis dan Pembahasan

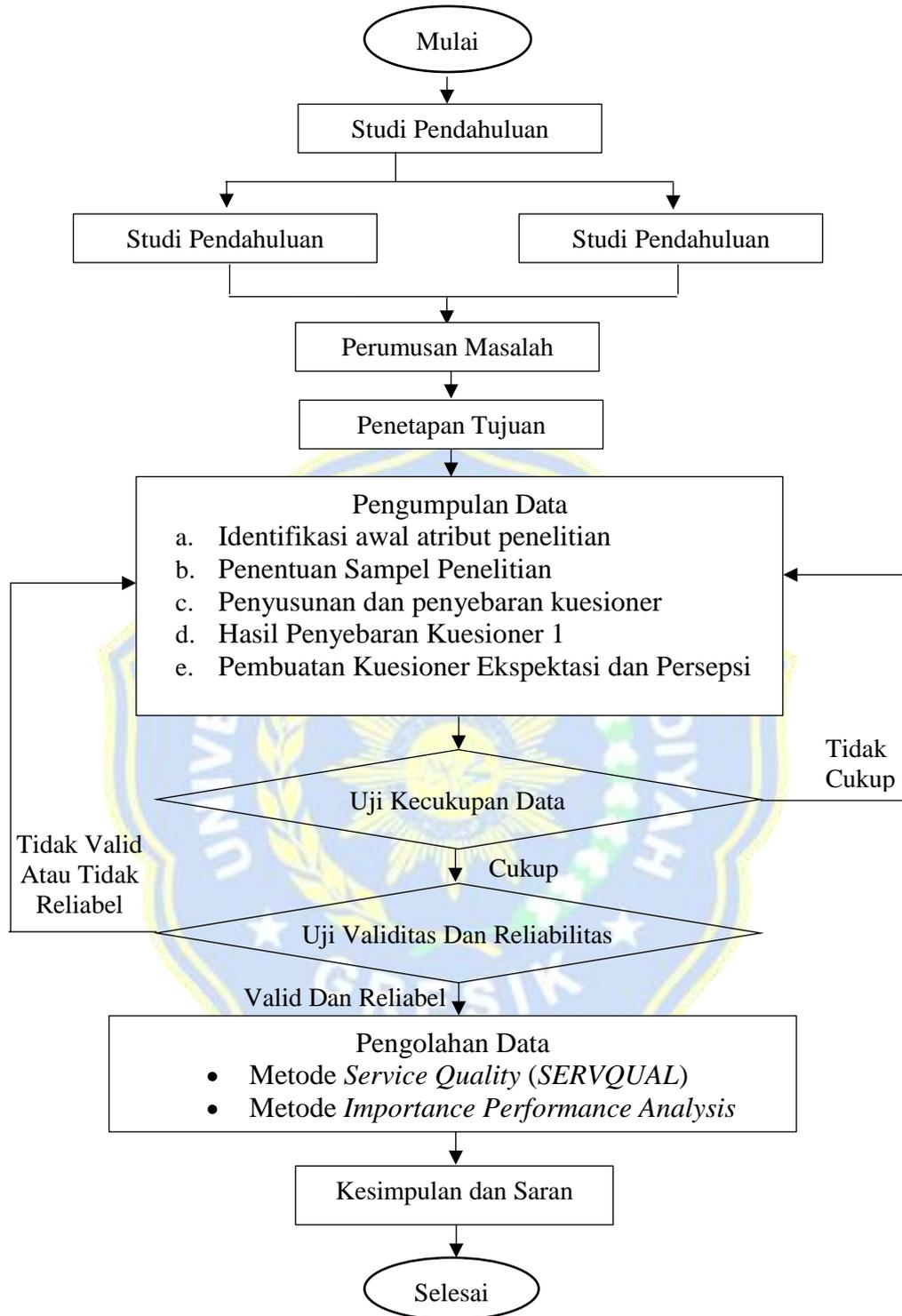
Berdasarkan data dari validitas, reabilitas, dan kecukupan data, serta pengolahan indeks kepuasan pelanggan, nilai *Servqual*, dan IPA, Analisis *Servqual* dimaksudkan guna mengidentifikasi perbedaan antara harapan dan persepsi pengguna terhadap layanan dari penyedia. Sementara itu, metode IPA diperuntukan guna mengevaluasi atribut-atribut layanan yang dianggap penting oleh pelanggan untuk meningkatkan kepuasannya.

3.9. Kesimpulan dan Saran

Penarikan kesimpulan didasarkan pada hasil pengolahan dan analisis data. Selain Kesimpulan, peneliti juga menyampaikan beberapa saran kepada pihak yang membutuhkan agar bisa menjadi bahan pertimbangan dalam penentuan keputusan.



3.10. Flowchart Penelitian



Gambar 3.1 Flowchart Penelitian