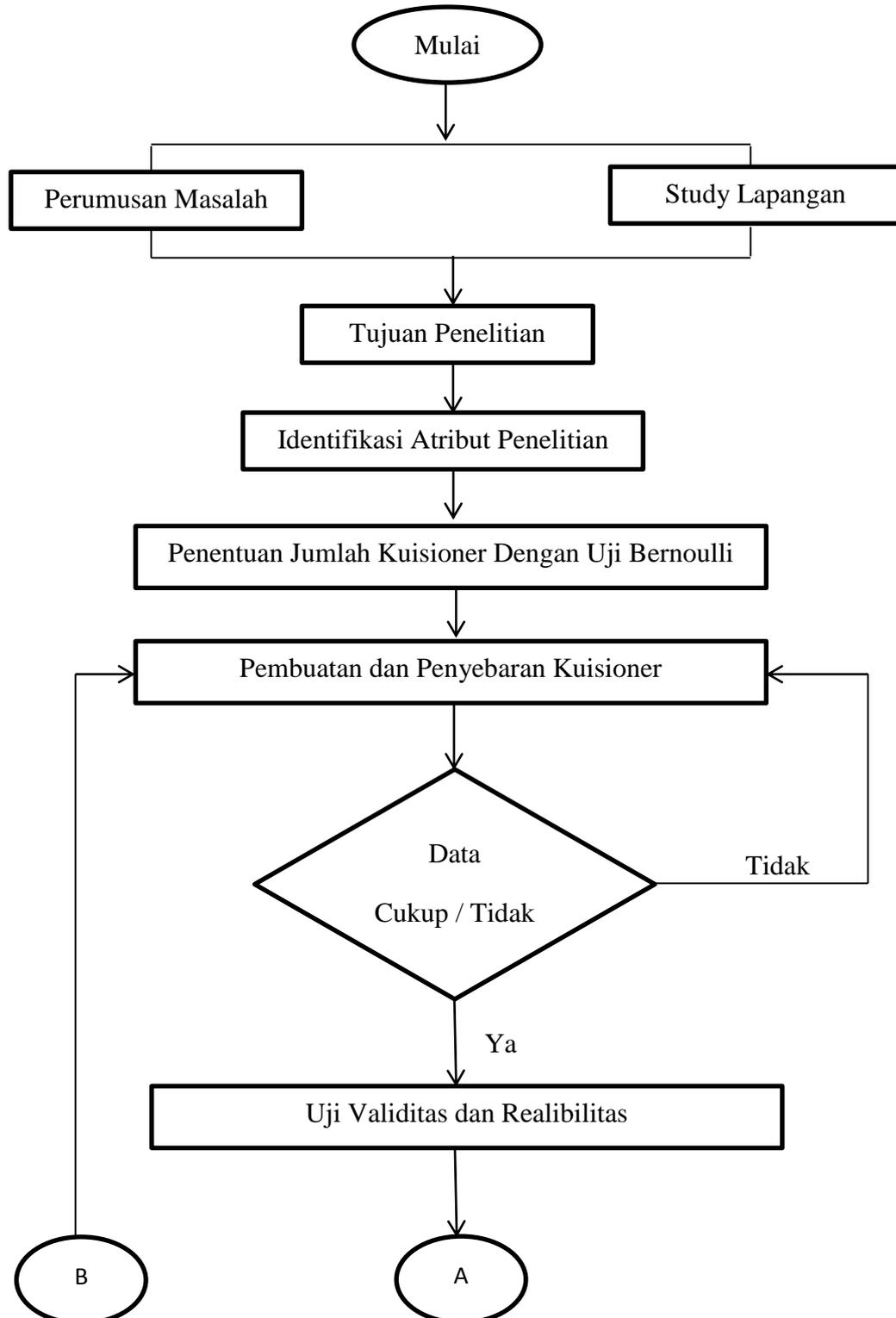
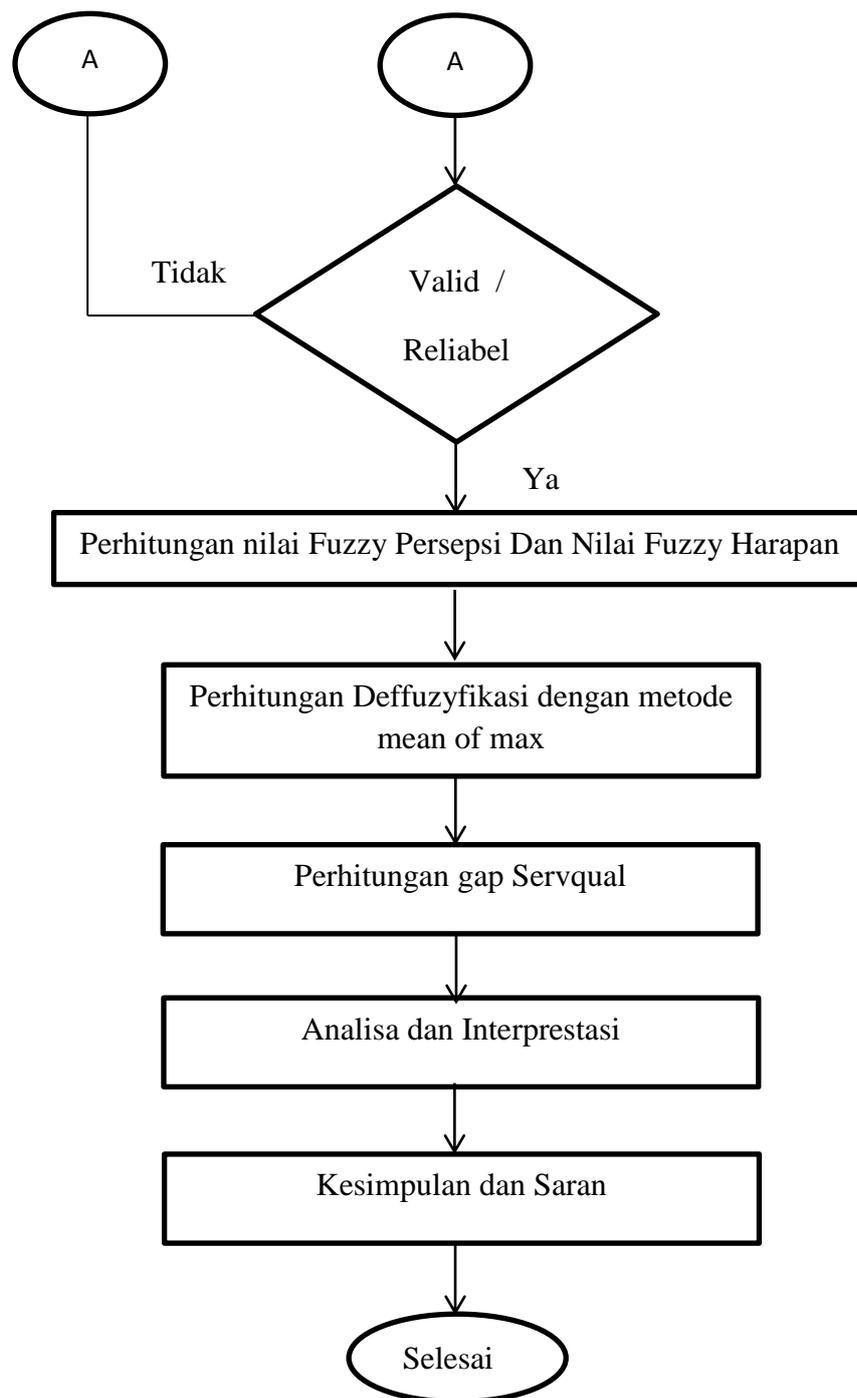


BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Langkah – langkah (*flow chart*) pemecahan masalah





Gambar 3.1 Flow Chart Pemecahan Masalah

3.2 Penjelasan Langkah – Langkah (*Flow Chart*) Pemecahan Masalah

Penjelasan *Flow Chart* pemecahan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Tahap Perumusan Masalah

Setelah diketahui mengenai latar belakang permasalahan maka dapat dirumuskan permasalahannya dan diharapkan dapat dipecahkan adalah sebagai berikut :

- a. Atribut – atribut apa saja yang diprioritaskan untuk mengetahui kondisi kepuasan pelanggan.
- b. Bagaimana upaya strategi untuk meningkatkan kualitas jasa pelayanan perawatan mobil di THE AUTO BRIDAL 27 GRESIK.

2. Studi Pustaka

Studi pustaka ini bertujuan untuk mengumpulkan segala informasi dan dasar-dasar teori penunjang baik berasal dari buku, jurnal, ataupun referensi yang lain. Teori- teori pendukung yang digunakan sebagai pemecahan masalah antara lain dengan metode *Servqual (Service Quality)*, dan *Fuzzy (Triangular Fuzzy Number)*.

3. Tujuan Penelitian

Penetapan tujuan ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh atribut - atribut tingkat pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan memberi masukan atau rekomendasi bagi pihak manajemen THE AUTO BRIDAL 27 GRESIK sehingga penerapannya dapat berguna bagi perusahaan. Untuk perincian tujuan dapat dilihat pada Bab I. Langkah ini dilakukan untuk menentukan tujuan apa yang ingin dicapai dalam penelitian. Penentuan tujuan penelitian ini berfungsi untuk memberikan arahan dalam pelaksanaan penelitian secara keseluruhan. Dengan demikian penelitian akan lebih terarah pada kerangka yang telah dibuat sehingga tujuan dari penelitian ini benar-benar tercapai.

4. Identifikasi Atribut Penelitian

Identifikasi atribut penelitian dilakukan untuk menentukan atribut-atribut yang akan diteliti. Penentuan variabel tersebut dapat dilakukan dengan mengamati kondisi nyata dari obyek penelitian dan dengan penyebaran kuisisioner yang berbentuk *essay* dengan mengamati dan menyebarkan kuisisioner dapat diketahui atribut-atribut yang berpengaruh, dimana atribut penelitian tersebut disusun secara hirarki dengan urutan dari level paling atas sampai paling bawah yaitu kualitas pelayanan, dimensi utama kualitas pelayanan dan kriteria tiap dimensi. Selanjutnya atribut penelitian tersebut akan digunakan sebagai acuan dalam pembuatan kuesioner yang akan disebarakan kepada responden (konsumen) THE AUTO BRIDAL 27 GRESIK.

5. Uji Kecukupan Data

Suatu pengukuran selalu dibutuhkan sample atribut. Sampel atribut dalam hal ini populasi pelanggan yang selama ini menggunakan jasa layanan perawatan mobil, sehingga penelitian ini dibutuhkan sampel atribut yaitu suatu prosedur dimana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari populasi. Untuk menentukan jumlah sampel atribut penelitian, maka digunakan perhitungan *Bernoulli* ukuran sampel minimum. Didapat dari perhitungan *Bernoulli* rumus sebagai berikut :

$$n \geq \frac{(Z_{\alpha/2})^2 p \cdot q}{e^2}$$

Dimana :

n = Jumlah sample minimum

Z = Nilai distribusi normal

α = Tingkat signifikansi (0,95)

e = Tingkat kesalahan (0,05)

p = Proporsi jumlah kuesioner yang dianggap benar

q = Proporsi jumlah kuesioner yang dianggap salah

6. Penyusunan kuesioner penelitian

Dalam penelitian ini kuesioner digunakan sebagai alat untuk pengumpulan data. Kuesioner ini terdiri dari dua bagian yaitu :

- a. Bagian Persepsi yang berisi pernyataan untuk mengukur penilaian konsumen terhadap perusahaan yang di teliti.
- b. Bagian Harapan yang berisi pernyataan yang sama dengan bagian persepsi untuk mengetahui harapan umum dari konsumen yang berkaitan dengan jasa.

Setiap pernyataan, baik pada bagian persepsi maupun harapan diikuti skala yang terdiri dari lima derajat kepentingan, mulai dari angka 1 (tidak baik) sampai angka 5 (sangat baik). Responden harus memberikan satu penilaian saja untuk setiap pertanyaan dengan cara memilih satu diantara kelima angka tersebut.

7. Penyebaran dan Pengembalian Kuesioner

Pada tahap ini data yang dikumpulkan adalah data kualitatif berupa data – data yang termasuk dalam atribut tingkat pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen THE AUTO BRIDAL 27 GRESIK yang didapatkan dari penyebaran kuesioner.

8. Uji Validitas

Validitas didefinisikan sebagai ukuran seberapa kuat suatu alat tes melakukan fungsi ukurnya. Setelah kuisioner tersusun maka harus diuji validitasnya dan data yang diukur harus valid. Jika validitas yang didapat semakin tinggi maka tes tersebut semakin mengenai sasarannya dan semakin menunjukkan apa yang seharusnya ditunjukkan. Perhitungan korelasi pada masing-masing variabel dengan skor total menggunakan rumus product moment sebagai berikut :

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N\sum X^2 - (\sum X)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Dimana :

X = Nilai tiap variabel

Y = Total nilai tiap responden

N = Jumlah responden

9. Uji Reliabilitas

Reliabilitas didefinisikan sebagai indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Hal ini berarti berapa kalipun atribut-atribut pada kuisioner ditanyakan kepada responden yang berbeda maka hasilnya tidak akan menyimpang terlalu jauh dari rata-rata responden untuk atribut tersebut.

Cara uji reliabilitas ini adalah dengan mencari α dengan persamaan sebagai berikut :

$$\alpha = (K \times r) / (1 + (K-1)r)$$

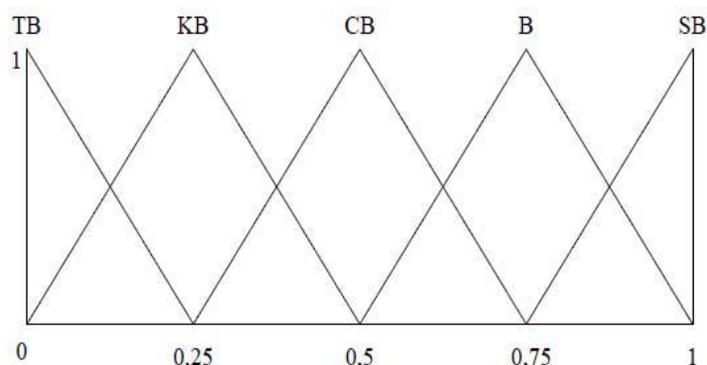
Dimana :

K = Jumlah atribut yang dianalisis

r = Rata-rata korelasi antara atribut

10. Fuzzyfikasi nilai persepsi dan nilai harapan dengan pembentukan fungsi keanggotaan.

Fungsi keanggotaan adalah kurva yang menunjukkan pemetaan titik-titik *input* data ke dalam nilai keanggotaan yang memiliki interval antara 0 sampai 1. Fungsi keanggotaan dari tingkat kepuasan adalah Sangat Baik (SB), Baik (B), Cukup Baik (CB), Kurang Baik (KB), dan Tidak Baik (TB). Sedangkan *fuzzy number* yang digunakan adalah *Triangular Fuzzy Number* (TFN). Fungsi keanggotaan dan TFN dapat dilihat pada Gambar 3.3.



Gambar 3.3. Fungsi Keanggotaan Tingkat Persepsi

Dari Gambar 3.3. dapat diuraikan nilai bobot untuk masing-masing tingkat kepuasan, yang ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 3.2 : Fuzzy Number Tingkat Persepsi

Tingkat Kepuasan	<i>Triangular Fuzzy Number</i>		
	a	b	c
Sangat Baik	1	1	0,75
Baik	1	0,75	0,5
Cukup Baik	0,75	0,5	0,25
Kurang Baik	0,5	0,25	0
Tidak Baik	0,25	0	0

11. Defuzzyfikasi

Merupakan proses pengubahan angka *fuzzy* menjadi angka *Crisp*. Metode yang digunakan adalah *Mean of Maksimum*, yaitu mengambil nilai rata-rata domain yang memiliki nilai keanggotaan maksimum.

12. Perhitungan gap

Perbedaan antara persepsi dan ekspektasi merupakan gap atau kesenjangan. Jika gap bernilai positif berarti pelanggan merasa puas, sedangkan jika bernilai negatif berarti pelanggan merasa kurang puas. Analisis gap ditujukan untuk mengetahui faktor-faktor yang harus diprioritaskan karena memiliki gap performansi yang tinggi. Perhitungan gap (kesenjangan) antara tingkat pelayanan dengan tingkat kepentingan, dengan menggunakan rumus :

$$\text{Gap} = (\text{rata -rata nilai persepsi}) - (\text{rata - rata nilai harapan})$$

13. Analisa dan Interpretasi

A. Analisa dan interpretasi hasil Pengujian

Dilakukan analisa mengenai hasil pengujian yang meliputi :

1. Uji kecukupan data
2. Uji validitas data
3. Uji reliabilitas data

B. Analisa dan interpretasi hasil pengolahan data persepsi dan harapan.

1. Perhitungan nilai defuzzyfikasi kepuasan konsumen
2. Perhitungan nilai defuzzyfikasi harapan konsumen
3. Perhitungan nilai servqual (gap) per atribut antara persepsi dan harapan konsumen
4. Perhitungan nilai servqual (gap) per dimensi antara persepsi dan harapan konsumen
5. Perhitungan nilai servqual (gap) keseluruhan antara persepsi dan harapan konsumen

14. Kesimpulan dan Saran

Dari hasil analisa kemudian diambil kesimpulan yang merupakan hasil akhir dari penelitian ini. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat diibehikan rekomendasi atau masukan dan juga saran-saran yang dapat menjadi masukan bagi pihak manajemen THE AUTO BRIDAL 27 GRESIK dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanannya.