

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Metodologi penelitian ini bertujuan untuk memudahkan dalam melakukan penelitian sehingga penelitian yang dilakukan dapat terstruktur dengan baik. Agar didalam penyusunan didapatkan data yang objektif dan ilmiah, maka diperlukan cara atau langkah-langkah tertentu yang dapat dipakai sebagai pedoman dalam menyelidiki dan membahas persoalan yang dihadapi. Langkah-langkah penelitian ini dapat dilihat pada gambar 3.1, sedangkan penjelasannya sebagai berikut :

#### **3.1. Survei Lapangan**

Langkah awal yang dilakukan dalam penelitian ini adalah melakukan survei langsung terhadap kondisi perusahaan. Studi ini dilakukan untuk mengamati secara menyeluruh terhadap kondisi produk songkok saat ini.

#### **3.2. Identifikasi Masalah**

Disini dilakukan suatu identifikasi dari permasalahan-permasalahan yang terjadi pada perusahaan.

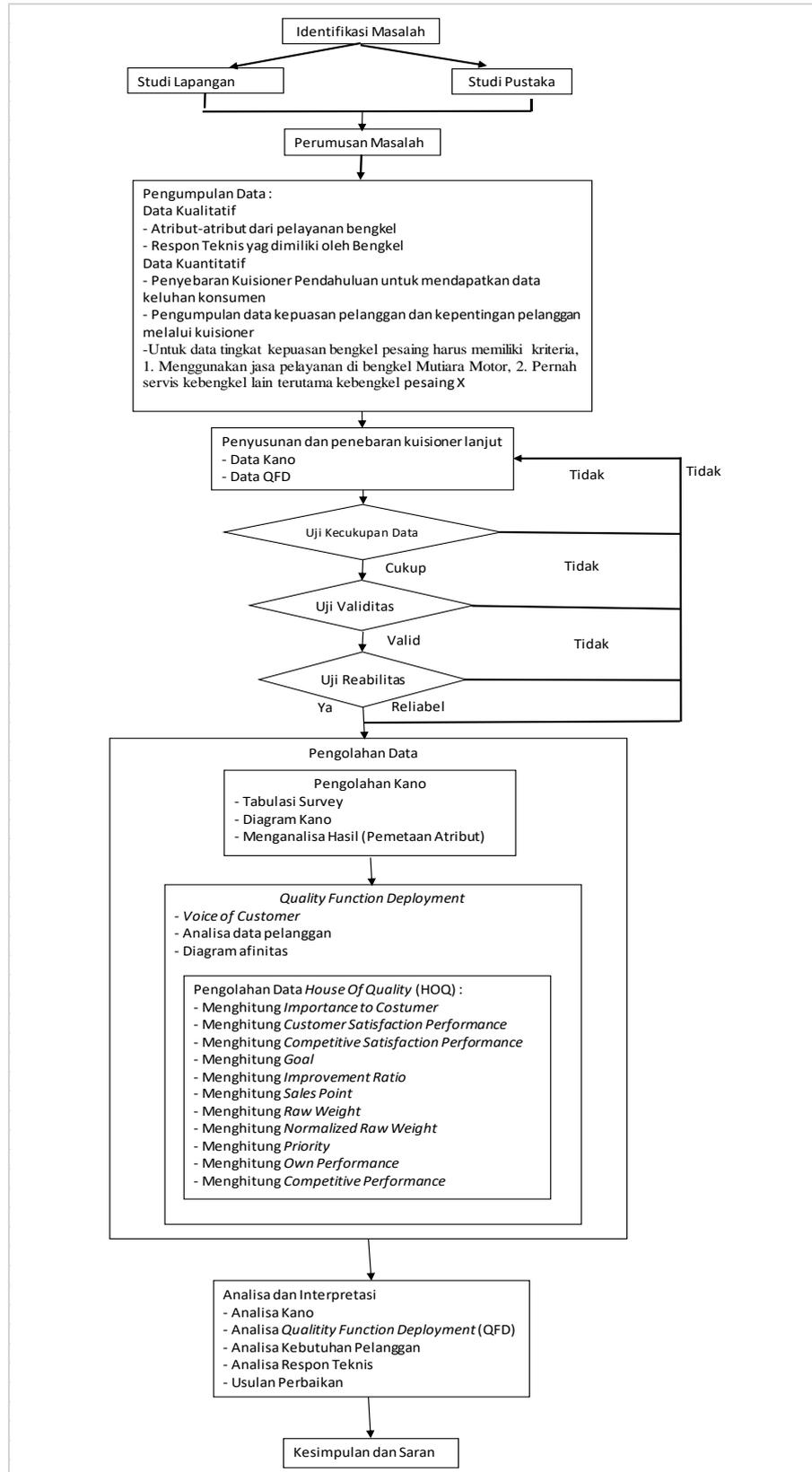
#### **3.3. Perumusan Masalah dan Tujuan Penelitian**

Tahap ketiga ini dilakukan perumusan masalah agar penelitian yang akan dilakukan sesuai dengan tujuan yang dikehendaki agar tidak menyimpang. Perumusan masalah juga berfungsi untuk memperjelas ruang lingkup permasalahan. Setelah melihat permasalahan yang ada, masalah yang diangkat adalah :

1. Membuat usulan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dalam usaha bengkel Mutiara Motor?

Sedangkan pada tujuan penelitian digunakan untuk mengetahui arah atau tujuan dari penelitian yang akan dilakukan. Adapun tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah :

1. Mengetahui atribut-atribut yang diinginkan konsumen saat melakukan service dibengkel Mutiara Motor.



Gambar 3.1. Flow Chart Metodologi Penelitian

2. Membuat usulan untuk meningkatkan kualitas pelayanan di dalam usaha bengkel mutiara motor

### **3.4. Studi Pustaka**

Setelah mengetahui masalah dan tujuan dari penelitian maka peneliti mencari literatur atau tinjauan pustaka yang terkait dengan masalah yang ada, yang digunakan sebagai pedoman untuk memecahkan masalah untuk mencapai tujuan penelitian. Pada tahap ini diperoleh acuan seperti teori-teori yang relevan yang menunjang penelitian ini.

### **3.5. Pengumpulan Data**

Penelitian ini membutuhkan pengumpulan data-data yang diperlukan untuk memecahkan permasalahan yang terjadi dengan menggunakan metode kuisisioner dan wawancara. Data-data yang dibutuhkan yaitu data kualitatif dan data kuantitatif. Berikut ini adalah data-data yang diperlukan :

- Data Kualitatif :
  - a. Atribut-artibut dari jasa pelayanan bengkel.
  - b. Respon teknis yang dimiliki oleh perusahaan.
- Data Kuantitatif
  - a. Pengumpulan data tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan konsumen terhadap jasa bengkel (untuk data tingkat kepuasan bengkel pesaing harus memiliki kriteria, 1. Menggunakan jasa pelayanan di bengkel Mutiara Motor, 2. Pernah servis kebengkel lain terutama kebengkel pesaing X)

### **3.6. Uji Kecukupan Data**

Uji kecukupan data digunakan untuk memperoleh hasil minimum responden yang dianjurkan dengan menggunakan persamaan *Bernoulli* dengan Tingkat kesalahan ( $\epsilon$ ) 0,05, Proporsi Jumlah Kuisisioner yang dianggap benar ( $p$ ) sebesar 95% dan Proporsi Jumlah Kuisisioner yang dianggap salah ( $q$ ) sebesar 5%. Maka jumlah sampel minimum :

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

$$N \geq \frac{(1,96)^2 \cdot 0,95 \cdot 0,05}{0,05^2}$$

$$N \geq 72,98 = 73$$

### 3.7. Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah data tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen dari penyebaran kuisisioner yang dikumpulkan sudah valid dan reliabel. Pengujian ini dilakukan menggunakan *software SPSS 15*. Dikatakan valid jika nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan dikatakan Reliabel jika nilai *alpha cronbach* lebih besar dari 0,60.

### 3.8. Pengolahan Data Kano

Langkah-langkah penelitian dengan menggunakan Model Kano adalah :

Langkah 1 : Identifikasi ide/permintaan pelanggan atau menganalisa yang akan diukur dengan Prakuisisioner

Langkah 2 : Membuat Kuesioner Kano

Dalam pembuatan Kuesioner yang perhitungannya menggunakan Model Kano maka sifat dari Kuisisioner tersebut adalah setiap satu pertanyaan memiliki dua bagian yaitu *functional* dan *disfunctional*.

1. *I like it that way*
2. *It must be that way*
3. *I am neutral*
4. *I can live with it that way*
5. *I dislike it that way*

Dalam pembuatan pertanyaan, pertanyaan yang telah diuji terlebih dahulu validitas dan reliabilitasnya. Kelima variabel dalam Kano tersebut termasuk skala *Likert*, karena memiliki gradiasi dari sangat positif sampai sangat negatif.

Untuk setiap variabel tidak diberi skor dalam pengolahan datanya tetapi mengikuti langkah-langkah yang sesuai dengan Model Kano

yaitu dengan menggunakan Tabel Evaluasi Kano pada Tabel 3.2. Langkah 3: Memproses hasil jawaban Kuisioner dengan menggunakan *Tabulation of Surveys* seperti terlihat pada Tabel 3, untuk memproses hasil jawaban Tabel Evaluasi Kano.

Langkah 4: Menganalisa hasil proses. Langkah yang dilakukan dengan memposisikan setiap atribut pertanyaan.

Tabel 3.1 Evaluasi Kano

CUSTOMER REQUIREMENT → ↓		DYSFUNCTIONAL (Negative) QUESTION				
		1. Like	2. Must-be	3. Neutral	4. Live with	5. Dislike
FUNCTIONAL (Positif) QUESTION	1. Like	Q	A	A	A	O
	2. Must-be	R	I	I	I	M
	3. Neutral	R	I	I	I	M
	4. Live with	R	I	I	I	M
	5. Dislike	R	R	R	R	Q

(Sumber: Walden, D. 1993 dari Sumaryono, 2013)

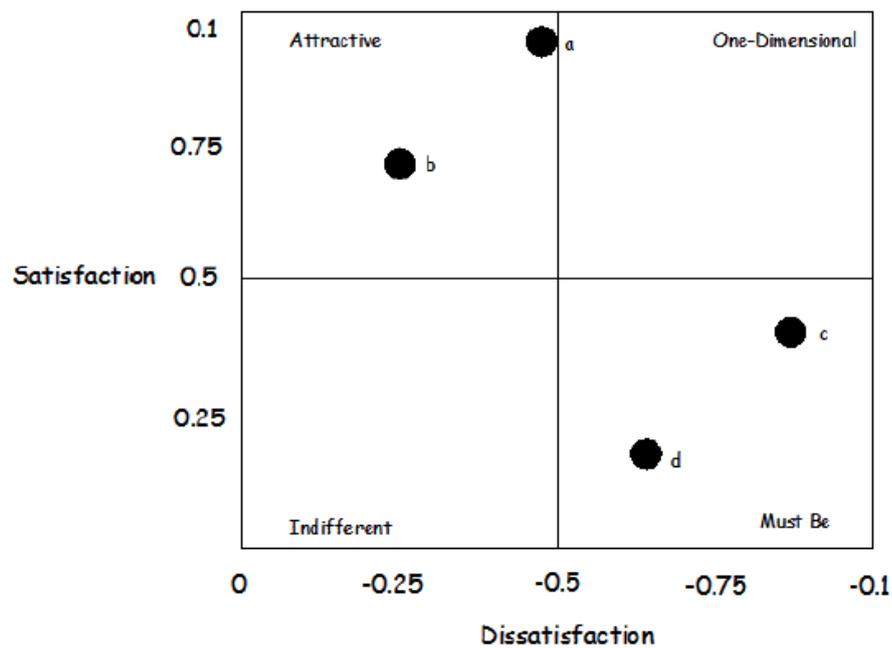
Keterangan :

*A* : Attractive; *R* : Reverse; *M* : Must-be; *Q* : Questionable; *O* : One Dimensional; *I* : Indifferent

Tabel 3.2 *Tabulation of Surveys*

Customer Requirements	A	M	O	R	Q	I	TOTAL	CATEGORY
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
.								
.								
.								
Dst								

(Sumber: Walden, D. 1993 dari Sumaryono, 2013)



Gambar 3.2 Memposisikan Atribut (Sumber: Walden, D. 1993 dari Sumaryono, 2013)

Untuk memposisikan diperlukan rata-rata dari *satisfaction* dan *dissatisfaction* dari setiap atribut. Untuk itu ada aturan dalam mengevaluasi yaitu :

*Extent of Satisfaction*

$$CS = \frac{A+O}{A+O+I+M}$$

Keterangan:

DS = *Dissatisfaction Customer*

A = *Attractive*

M = *Must-be*

O = *One-dimensional*

*Extent of Dissatisfaction*

$$DS = \frac{A+M}{-(A+O+I+M)}$$

Keterangan:

CS = *Satisfaction Customer*

A = *Attractive*

M = *Must-be*

O = *One-dimensional*

Dari hasil rata-rata dapat diketahui nilai yang memungkinkan Mengetahui atribut yang menjadi kepuasan pelanggan dan ketidakpuasan pelanggan. Atribut yang bernilai positif dipertahankan sedangkan yang negatif dilakukan tindakan perbaikan.

Tabel 3.3 Karakteristik Nilai *Extent Of Satisfaction*

Nilai	Keterangan
0.90	Sangat memuaskan ( <i>marvelous</i> )
0.80	Memuaskan ( <i>meritorious</i> )
0.70	Menengah ( <i>midling</i> )
0.60	Cukup ( <i>mediocre</i> )
0.50	Kurang memuaskan ( <i>miserable</i> )
< 0.50	Tidak dapat diterima ( <i>unacceptable</i> )

(Sumber: Walden, D. 1993 dari Sumaryono 2013)

### 3.9. Pengolahan Data Quality Function Deployment (QFD)

1. Mengidentifikasi kebutuhan pelanggan terhadap atribut produk atau jasa melalui penelitian terhadap pelanggan.
2. Membuat matriks perencanaan (*Planning Matrix*)
  - a. Tingkat kepentingan konsumen (*Importance to Customer*)
 

Penentuan tingkat kepentingan konsumen digunakan untuk mengetahui sejauh mana konsumen memberikan penilaian atau harapan dari kebutuhan konsumen yang ada.
  - b. Pengukuran tingkat kepuasan konsumen terhadap produk/jasa (*Competitive Satisfaction Performance*)
 

Pengukuran tingkat kepuasan konsumen terhadap jasa dimaksudkan untuk mengukur bagaimana tingkat kepuasan konsumen setelah pemakaian jasa yang akan dianalisa.
  - c. Pengukuran tingkat kepuasan konsumen terhadap jasa pesaing (*Customer Competitive Satisfaction Performance*)
 

Pengukuran tingkat kepuasan konsumen terhadap jasa pesaing dimaksudkan untuk mengukur bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap pesaing setelah pemakaian produk/jasa yang akan dianalisa.
  - d. Nilai Tujuan (*Goal*)
 

Nilai tujuan ini ditentukan oleh pihak perusahaan untuk mewujudkan tingkat kepuasan yang diinginkan oleh konsumen.
  - e. Rasio Perbaikan (*Improvement Ratio*)

*Improvement ratio* merupakan nilai yang bertujuan untuk mengukur derajat kepuasan konsumen pada setiap pengguna atribut untuk masing-masing kualitas yang tercantum.

f. Nilai Penjualan (*Sales Point*)

Nilai penjualan adalah suatu informasi mengenai kemampuan perusahaan dalam menjual produk atau jasa berdasarkan seberapa baik setiap keinginan konsumen terpenuhi.

g. Bobot Berat (*Raw Weight*)

Bobot berat tiap atribut adalah nilai kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap mutu atribut.

h. Bobot Normalisasi (*Normalized Raw Weight*)

Apabila nilai normalisasi besar, maka atribut tersebut lebih diprioritaskan kedalam proses perbaikan kualitas

### 3. Membuat Rumah Kualitas

a. Menentukan Respon Teknis / Technical Respon (HOWs)

Respon teknis diperoleh dengan mengetahui atribut-atribut apa yang ada dalam voice of customer tersebut yang kemudian dikonfirmasi dengan pihak perusahaan. Dari respon ini nantinya didapatkan beberapa hal yang berhubungan dengan sarana atau prasarana berkaitan dengan usaha perbaikan kualitas pelayanan bengkel Mutiara Motor.

b. Technical Corelation

*Technical Corelation* digunakan untuk mendefinisikan hubungan antara masing-masing *technical descriptor*.

b. Relationship Matrixs

Relationship matrik memperlihatkan hubungan antara kebutuhan konsumen dengan respon teknis, relationship menunjukkan sejauh mana pengaruh respon teknis yang diberikan dalam meningkatkan kepuasan konsumen terhadap atribut-tribut yang dipentingkannya

c. Own Perfomance

Own Performance menunjukkan kinerja dari perusahaan yang sedang kita lakukan penelitian, competitive performance juga harus dihitung karena menunjukkan kinerja dari pesaing.

d. Target

Target menggambarkan bagaimana performansi respon teknis yang harus dicapai sehubungan dengan kebutuhan konsumen serta harapan konsumen. Apakah performansi dari respon teknis tersebut perlu ditingkatkan, diturunkan, atau bahkan performansi tersebut sudah merupakan target yang diinginkan

### **3.10. Analisa dan Interpretasi**

Tahap analisa dan interpretasi merupakan tahap teknis dan interpretasi dari hasil pengolahan data dengan menggunakan metode Kano dan QFD terhadap permasalahan yang diambil terkait dengan kualitas jasa pelayanan bengkel Mutiara Motor sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan dari konsumen.

1. Analisa Kategori Kano

Hasil pengkategorian atribut yang sudah dikategorikan sesuai dengan kategori Kano

2. Analisa Preferensi Kebutuhan Pelanggan

Pada tahapan ini dilakukan analisa terhadap kebutuhan-kebutuhan pelanggan yang menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan kualitas agar sesuai dengan keinginan dari pelanggan bengkel Mutiara Motor. Tahapan ini terdiri dari prioritas keinginan konsumen dilihat dari besarnya nilai raw weight dari setiap atribut, dimana didalamnya terdapat Tingkat kepentingan, Tingkat kepuasan, Goal, Improvement Ratio dan Sales Point.

2. Analisa Respon Teknis

Pada tahapan ini menjelaskan bahwa hal-hal yang mempunyai pengaruh dalam perbaikan kualitas dan berhubungan dengan keinginan konsumen. Analisa respon teknis meliputi kontribusi dari prioritas serta korelasi antar respon teknis.

3. Usulan Perbaikan

Usulan perbaikan diperlukan guna memperbaiki atribut yang dirasa oleh konsumen belum memenuhi kepuasan konsumen. Perusahaan harus mampu memenuhi agar dapat meningkatkan kualitas layanan.

### **3.11. Kesimpulan dan Saran**

Pada tahap ini dilakukan penarikan kesimpulan secara umum dari hasil penelitian sesuai dengan tujuan. Serta diberikan saran baik untuk perusahaan maupun untuk penelitian selanjutnya.