

## **BAB III**

### **METEDOLOGI PENELITIAN**

Metedologi penelitian ini bertujuan untuk memudahkan dalam melakukan penelitian sehingga penelitian yang dilakukan dapat terstruktur dengan baik. Agara 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.

#### **3.1. Obyek Penelitian**

Objek pada penelitian ini adalah kualitas produk pada UD. President putra Gresik. Responden pada penelitian ini adalah konsumen pada bayangkara Gresik. Penelitian dilakukan di perusahaan produk songkok yang bertempat di di Jl. Gubenur suryo Kroman Kecamatan Gresik.

##### **1.1.1. Variabel Yang Diteliti**

Penentuan variabel penelitian untuk mengetahui atribut kebutuhan pelanggan yaitu:

1. Must be attributes (Basic needs/Thereshold)
2. One dimensional attributes (Performance needs/linier)
3. Attractive attributes (Excitement needs/delighters)
4. Reverse

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

Identifikasi permasalahan dilakukan melalui studi pendahuluan pada UD. President putra gresik. Permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan adalah banyaknya komplain pelanggan mengenai kualitas jasa produk.

#### **3.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian merupakan target yang ingin dicapai oleh peneliti maupun perusahaan berdasarkan pertanyaan penelitian terkait dengan kualitas pelayanan

yaitu peningkatan kualitas layanan pengiriman barang dengan mengevaluasi dan memperbaiki pelayanannya.

### **3.4. Studi Literatur**

Studi literatur yang digunakan dalam penelitian ini untuk mempelajari dasar-dasar metode yang akan digunakan dalam penelitian ini. Dasar metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode Kano dan *Quality Function Deployment* (QFD).

### **3.5. Studi Lapangan**

Studi lapangan yang dilakukan dalam penelitian ini merupakan pengamatan dari rangkaian peristiwa dalam periode tertentu dimana pelanggan berinteraksi dengan aspek produk yang ada dalam perusahaan mulai dari melakukan pengamatan terhadap produk songkok dan pemesanan produk.

### **3.6. Design Praktisioner, Penyebaran Praktisioner dan Pengumpulan Hasil Praktisioner**

Tahap awal merupakan tahap penyusunan kuesioner berdasarkan kebutuhan konsumen. Kuesioner awal yang dibuat merupakan kuesioner terbuka. Adapun teknik pengumpulan data dengan memberikan sejumlah pertanyaan kepada responden. Daftar pertanyaan yang disusun merupakan pertanyaan terbuka, dimana pertanyaan tersebut berguna untuk menggali kebutuhan konsumen yang sebenarnya. Setelah itu dilakukan penyebaran praktisioner lalu pengumpulan hasil praktisioner.

### **3.7. Penyusunan Design Kuisisioner Penelitian**

Kuisisioner digunakan sebagai alat dalam pengumpulan data. Yang pertama adalah 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*

Yang kedua adalah Membuat Kuesioner Quality Function Deployment Dalam kuesioner ini selain menentukan tingkat kepentingan konsumen juga menentukan tingkat kepuasan konsumen dan kepuasan dari pesaingnya yang diukur dengan menggunakan metode skala Likert yang dimodifikasi sebagai berikut:

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

Dalam kuesioner ini selain menentukan tingkat kepentingan konsumen juga menentukan tingkat kepuasan konsumen yang diukur dengan menggunakan metode skala Likert yang dimodifikasi sebagai berikut:

1. Sangat Puas(SP) diberi bobot 5
2. Puas (P) diberi bobot 4
3. Cukup Puas(CP) diberi bobot 3
4. Kurang Puas (TP) diberi bobot 2
5. Tidak Puas (STP) diberi bobot 1

### 3.8. Penyebaran dan Perbaikan Jumlah Kembali Kuisisioner

Setelah menyusun kuisisioner tahap awal, maka dilakukan penyebaran kuisisioner tahap kedua sebanyak 90 responden. Teknik pengambilan sampel responden dalam penelitian ini adalah random sampling, dimana pengambilan individu untuk sampel dari populasi dengan cara random. Suatu cara disebut random jika tiap-tiap individu dalam populasi diberi kesempatan yang sama untuk ditugaskan menjadi anggota sampel. Namun demikian yang digunakan harus memenuhi karakteristik seperti yang telah ditentukan oleh peneliti.

### 3.9. Pengumpulan Data Kualitatif dan Kuantitatif

1. Rekapitulasi Data Prakuisioner / Voice Of Customer, prakuisioner dilakukan sebagai langkah awal untuk mengetahui atribut keinginan konsumen. Pada tahap ini di desain kuisisioner tentang produk yang berhubungan dengan kualitas dan produk yang ada dan butuh perbaikan pada UD. President putra.  
Draft desain kuisisioner ada di lampiran. Desain kuisisioner tersebut dibagikan pada 10 responden yang merupakan pelanggan UD. President putra.
2. Hasil Kuisisioner Awal Berupa Atribut-atribut Produk pada UD. President putra Menurut Keinginan Konsumen.
3. Dari atribut keinginan /kebutuhan dari konsumen (voice of customer) kemudian dibuat diagram afinitas, dimana dilakukan pengumpulan data, mengorganisasikan fakta opini, dan ide. Diagram ini merangsang kreatifitas untuk mendorong ekspresi bebas dari fakta dan opini kemudian berusaha untuk mengelompokkan elemen-elemen informasi sesuai dengan kesamaannya (Cohen, 1995).
4. Uji Kecukupan Data Bernoulli, uji kecukupan data digunakan untuk memperoleh hasil minimum responden yang dianjurkan dengan menggunakan persamaan *Bernoulli* dengan Tingkat kesalahan ( $\alpha$ ) 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:

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

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

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

Jadi sampel minimum yang diperlukan sebanyak 73 data. Namun dalam penelitian ini peneliti menggunakan sampel sebanyak 90 responden hal ini terlihat jelas memenuhi syarat dari Bernoulli. Untuk menghindari kesalahan data jumlah N.

#### 5. Penentuan Populasi Dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli produk songkok polos maupun bordil di UD. President putra, sedangkan sampelnya diambil sebagian dari jumlah populasi. Dari pengambilan sampel tersebut diharapkan dapat menggambarkan populasi. Penyebaran kuisioner disebarakan sebanyak 90.

### 3.10. Pengujian

#### Uji validitas dan Uji Reliabilitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah data tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen dari penyebaran kuisioner yang dikumpulkan sudah valid dan reliabel. Pengujian ini dilakukan menggunakan *software SPSS 16*. Dikatakan valid jika nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan dikatakan Reliabel jika nilai *alpha cronbach* lebih besar dari 0,22 atau lebih.

### 3.11. Pengolahan Data Kano

Langkah-langkah penelitian dengan menggunakan Model Kano adalah :

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

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, 1993)

(Sumaryono, 2013)

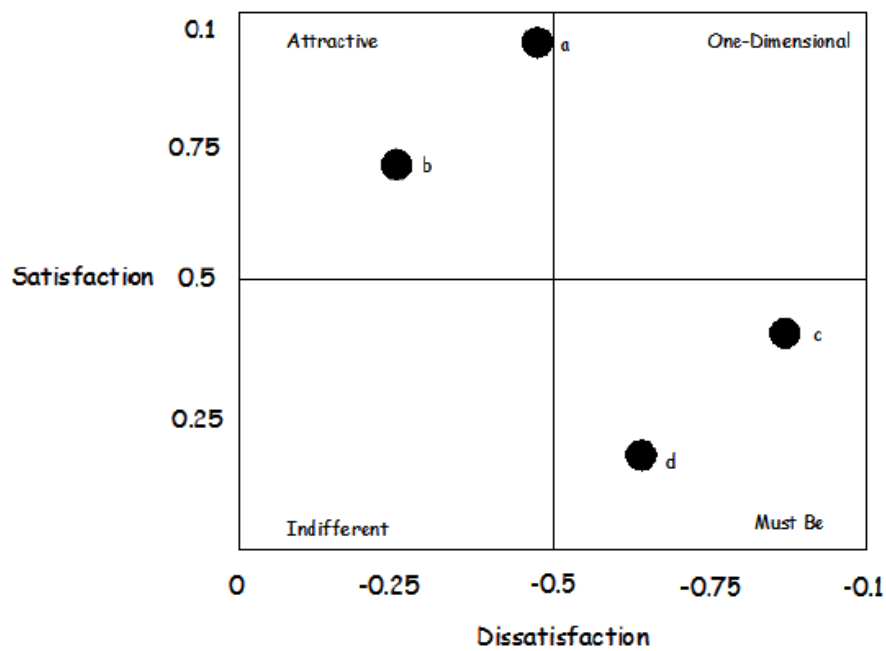
Keterangan :

*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, 1993)  
(Sumaryono, 2013)



Gambar 3.2 Memposisikan Atribut (Walden, 1993)  
(Sumber: 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, 1993

(Sumaryono 2013)

### 3.12. 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 produk/jasa dimaksudkan untuk mengukur bagaimana tingkat kepuasan konsumen setelah pemakaian produk/jasa yang akan dianalisa.

- c. Pengukuran tingkat kepuasan konsumen terhadap produk/jasa pesaing (*Customer Competitive Satisfaction Performance*)

Pengukuran tingkat kepuasan konsumen terhadap produk/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 dengansarana atau prasarana berkaitan dengan usaha perbaikan kualitas produk songkok UD.President putra.

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 Perfomance menunjukkan kinerja dari perusahaan yang sedang kita lakukan penelitian, competitive perfomance juga harus dihitung karena menunjukkan kinerja dari pesaing.

d. Target

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

### 3.13. Analisa dan Interpretasi

Tahap analisa dan interpretasi merupakan tahap teknis dan implementasi dari hasil pengolahan data dengan menggunakan metode Kano dan QFD terhadap permasalahan yang diambil terkait dengan kualitas produk songkok di UD. President putra Gresik 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 konsumen yang menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan kualitas agar sesuai dengan keinginan dari konsumen pada UD. President putra. 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

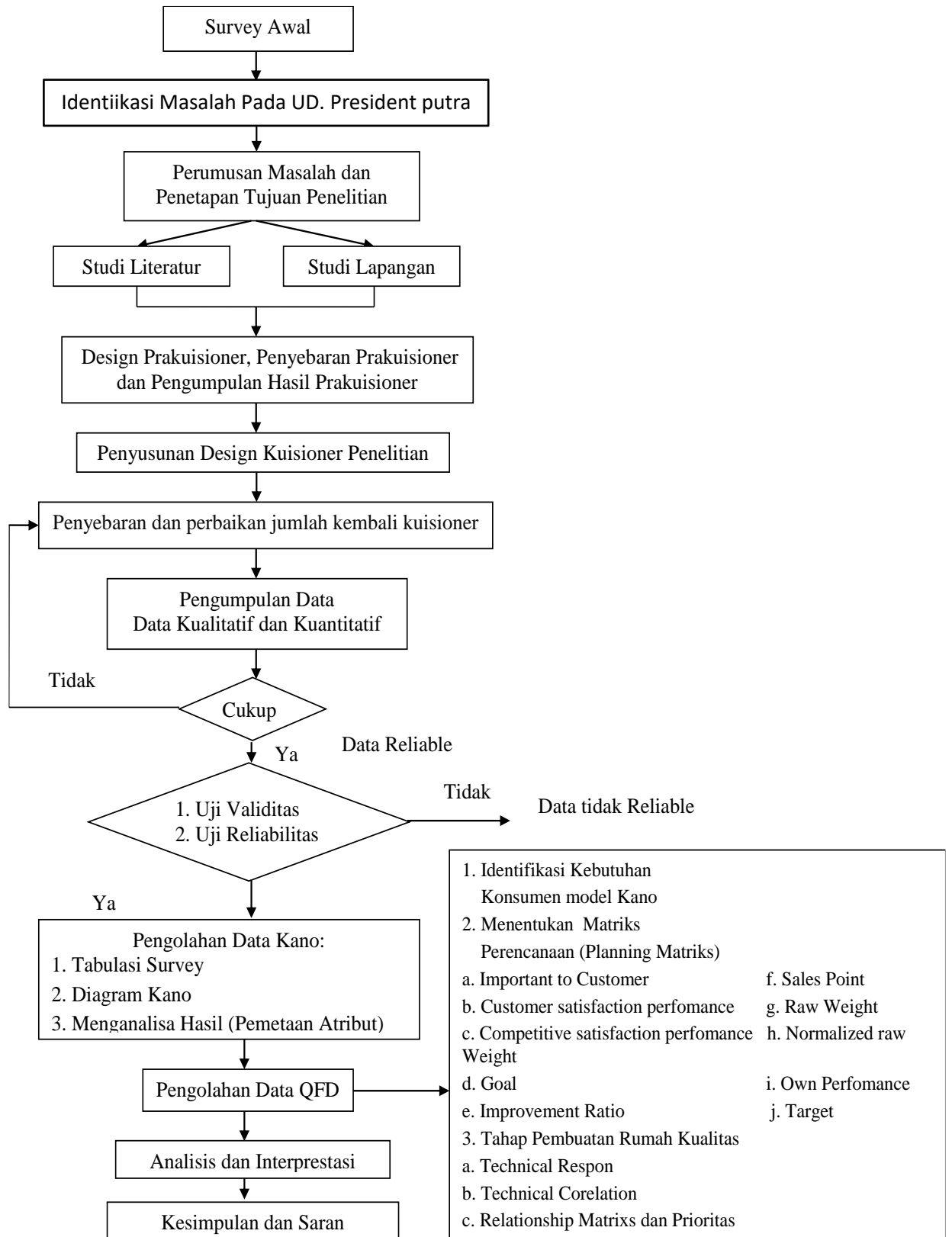
Pada tahapan ini menjelaskan bahwa hal-hal yang mempunyai pengaruh dalam perbaikan kualitas dan berhubungan dengan keinginan konsumen. Analisa respon teknis meliputi kontribusi dari prioritas serta korelasi antar respon teknis.

## 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.

### **3.14. 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.



Gambar 3.1 Flow Chart Metodologi Penelitian