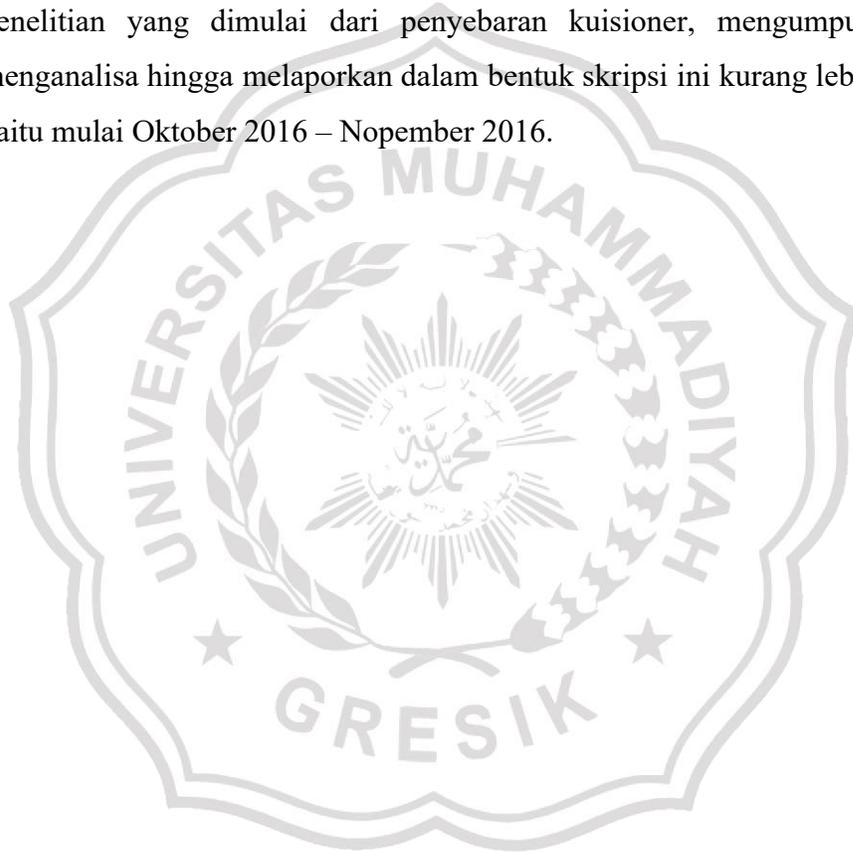


BAB III

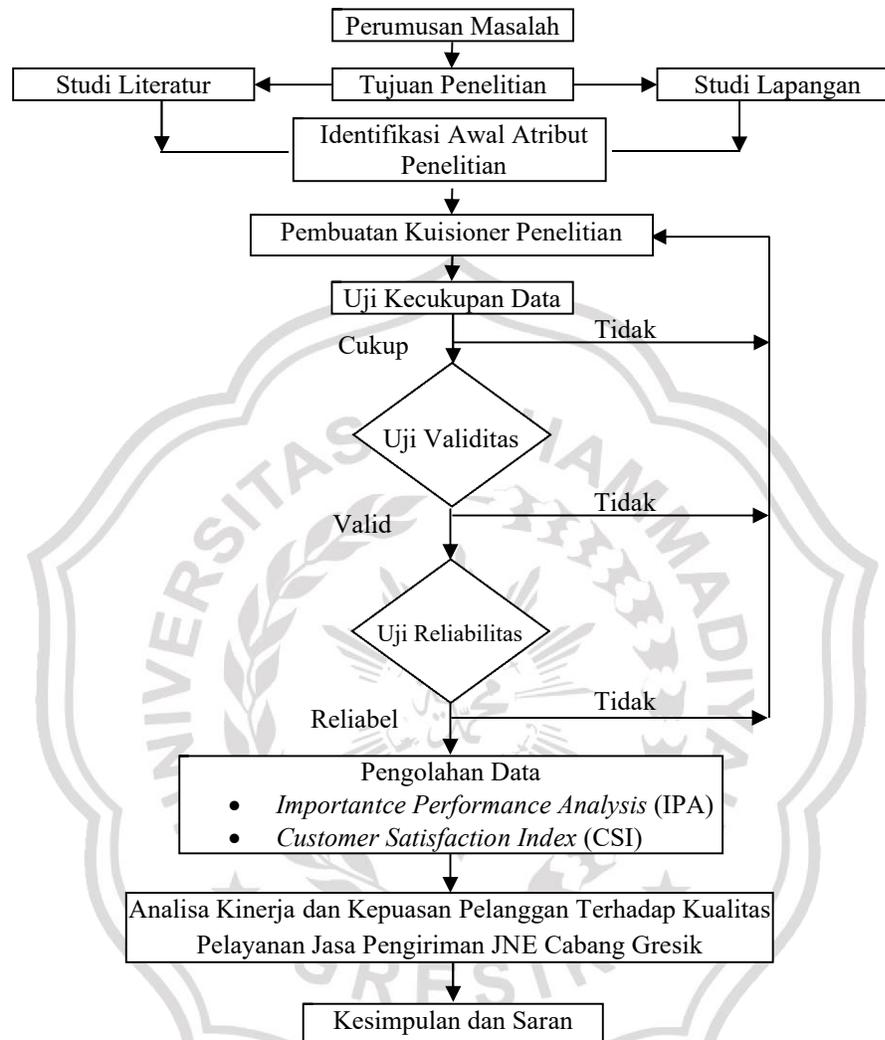
METODE PENELITIAN

1.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini di laksanakan di JNE Cabang Gresik dan berdomisili di Jl. Kartini No. 120, Kebomas, Gresik, Jawa Timur, Sedangkan untuk waktu penelitian yang dimulai dari penyebaran kuisisioner, mengumpulkan dan menganalisa hingga melaporkan dalam bentuk skripsi ini kurang lebih 2 bulan yaitu mulai Oktober 2016 – Nopember 2016.



1.2. Flowchart Penyelesaian Metode Penelitian



Gambar 3.1 Flowchart Penelitian

Penjelasan Flowchart adalah sebagai berikut :

1. Perumusan Masalah

Pada tahap ini dilakukan penelahan terhadap objek penelitian dan berusaha untuk menentukan permasalahan yang ada dan untuk menentukan metode yang akan digunakan untuk memecahkan permasalahan tersebut.

2. Tujuan Penelitian

Penentuan tujuan ini berfungsi memberikan arah dalam pelaksanaan penelitian secara keseluruhan. Tujuan penelitian yang ditetapkan seperti yang telah dikemukakan sebelumnya pada BAB I.

3. Studi Literatur

Studi literatur bertujuan untuk memperdalam mengenai teori maupun metode yang akan digunakan dalam memecahkan permasalahan yang telah ditentukan sebelumnya. Studi literatur didalam penelitian ini diambil dari beberapa buku – buku para ahli seperti Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management* (Edisi Indonesia oleh Hendra Teguh, Ronny dan Benjamin Molan). Jakarta : PT. Indeks. Parasuraman, A, Zeithaml, Valeri A, dan Berry, Leonard L. 1990, *Delevering Quality Service Balancing Customer Preception and Expectation*. New York : The Free Press. Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2005, *Service, Quality & Satification* : ANDI Ofset, dan sedikit banyak mengacu pada peneliti-peneliti sebelumnya, Teori-teori yang perlu dipahami dalam penelitian ini antara lain *Importance Performance Analaysis*, *Customer Satisfaction Index*, Uji Validitas, serta Uji reliabilitas.

4. Studi Lapangan

Studi lapangan dimaksudkan untuk mengetahui kondisi nyata dari objek yang akan diteliti. Hal ini dilakukan untuk menghindari ketidaksesuaian antara tujuan dan pengetahuan sesungguhnya, Sebab tidak jarang suatu kondisi objek tidak sesuai dengan metode yang akan diterapkan. Studi lapangan dipenelitian ini berfokus pada pelayanan karyawan dalam melayani pelanggan di JNE Cabang Gresik.

5. Analisa Kecukupan Data

Teknik pengambilan data dilakukan dengan cara observasi langsung, wawancara, dan penyebaran kuesioner untuk mendapatkan data primer, (kuisisioner pada Lampiran 1), sedangkan untuk mendapatkan data sekunder berasal dari studi pustaka. Metode pemilihan sampel yang digunakan yaitu metode non probability sampling dengan menggunakan teknik *convenience sampling*. Responden tersebut adalah pelanggan JNE Cabang Gresik yang akan mengirimkan paket dan bersedia menjadi responden. Pemilihan tersebut dilakukan setiap hari selama penelitian pada jam Operasi JNE Cabang Gresik. Jumlah responden dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus Slovin dalam Umar (2005) yaitu:

$$n = \frac{N}{(1+Ne^2)}$$

n = jumlah sampel

N = ukuran populasi

e = persentase kelongaran ketidakteelitian karena kesalahan sampel yang masih bisa di tolelir 10 %

6. Uji Validitas & Reliabilitas

Validitas adalah ukuran seberapa tepat suatu instrument pengumpulan data dalam melakukan fungsi ukurnya. Tujuan yang diinginkan dari pengujian validitas pada hasil kuisisioner yang disebarkan adalah untuk mengetahui apakah isi kuisisioner tersebut sudah cukup dipahami oleh semua responden. Validitas yang semakin baik dapat dicapai apabila dari hasil yang diperoleh presentase jawaban responden yang menyimpang semakin kecil dari rata-rata jawaban responden secara keseluruhan.

Pengujian validitas yang akan dilakukan dalam penelitian ini dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing variabel pelayanan dengan nilai totalnya sehingga diperoleh koefisien korelasi produk momen. Suatu distribusi data dapat dikatakan valid jika memenuhi rumusan sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N(\sum X^2) - (\sum X)^2][N(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi suatu butir/item

N = jumlah subyek

X = skor suatu butir/item

Y = skor total

Data dikatakan sudah valid apabila r hitung lebih besar dari r tabel.

Analisis reliabilitas merupakan suatu prosedur yang digunakan untuk menentukan jumlah dari ukuran yang sangat sering digunakan dari suatu skala, secara konkrit penerapan reliabilitas dalam kuisioner ditunjukkan dengan beberapa kalipun variabel-variabel pada kuisioner tersebut ditanyakan kepada responden yang berbeda maka hasil yang diperoleh tidak menyimpang terlalu jauh dari rata-rata jawaban responden untuk variabel itu.

Model-model dalam SPSS yang secara umum digunakan untuk melakukan analisis reliabilitas antara lain:

1. Alpha (*Cronbach*)

Merupakan model dengan konsistensi internal yang berdasarkan pada korelasi rata-rata antar variabel internal.

2. Split half

Model ini memecah skala menjadi 2 bagian dan memeriksa korelasi antar bagian.

3. Guttman

Model ini berdasarkan pada perhitungan nilai batas baah guttman untuk nilai reliabilitas yang sebenarnya.

4. Parallel

Model ini berdasarkan atas asumsi yang menyatakan bahwa semua variable memiliki variansi dan error variansi yang sama pada semua replikasi.

5. Strict parallel

Model ini membuat asumsi yang sama dengan model parallel dan juga mengasumsikan bahwa nilai rata-rata sama pada semua variable.

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas diolah dengan Software SPSS, hasil uji reliabilitas dikatakan reliabel jika nilai α yang diperoleh lebih besar dari nilai α standart (*standardized item alpha*).

7. Pengolahan Data

a. *Important Performance Analysis (IPA)*

Metode *Importance and Performance Analysis* digunakan untuk mendapatkan informasi tentang tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu pelayanan dengan cara mengukur tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaannya. Tingkat kepentingan dari kualitas pelayanan adalah seberapa penting suatu atribut pelayanan bagi pelanggan terhadap pelayanan pelayanan. skala Likert 5 tingkat digunakan untuk mengukur tingkat kepentingan yaitu sangat penting, penting, cukup penting, kurang penting dan tidak penting. Kelima tingkat tersebut diberi skor sebagai berikut:

1. Jawaban sangat penting diberi skor 5.
2. Jawaban penting diberi skor 4.
3. Jawaban cukup penting diberi skor 3.
4. Jawaban kurang penting diberi skor 2.
5. Jawaban tidak penting diberi skor 1.

Tingkat pelaksanaan adalah pelayanan aktual dari mutu pelayanan diberikan oleh JNE Cabang Gresik, yang dirasakan oleh konsumennya. Skala Likert 5 tingkat digunakan untuk mengukur tingkat pelaksanaan yaitu sangat baik, baik, cukup baik, kurang baik dan tidak baik. Kelima tingkat tersebut diberi skor sebagai berikut:

1. Jawaban sangat baik diberi skor 5.
2. Jawaban baik diberi skor 4.
3. Jawaban cukup baik diberi skor 3.
4. Jawaban kurang baik diberi skor 2.
5. Jawaban tidak baik diberi skor 1.

1.3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama. Data primer tersebut meliputi pengisian kuesioner oleh Pelanggan JNE Cabang Gresik dan wawancara baik kepada pelanggan maupun pada karyawan JNE Cabang Gresik, serta observasi (pengamatan) yang dilakukan terhadap aktivitas pelanggan dan kegiatan operasional karyawan JNE Cabang Gresik. Data sekunder diperoleh melalui studi literatur, baik yang diperoleh dari data dan dokumen perusahaan, studi pustaka, internet, dan berbagai sumber lainnya.

1.4. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengambilan data dilakukan dengan cara observasi langsung, wawancara, dan penyebaran kuesioner untuk mendapatkan data primer, (kuisisioner pada Lampiran 1), sedangkan untuk mendapatkan data sekunder berasal dari studi pustaka. Metode pemilihan sampel yang digunakan yaitu metode non probability sampling dengan menggunakan teknik *convenience sampling*. Responden tersebut adalah pelanggan JNE Cabang Gresik yang akan mengirimkan paket dan bersedia menjadi responden. Pemilihan tersebut dilakukan setiap hari selama penelitian pada jam Operasi JNE Cabang Gresik. Jumlah responden dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus Slovin dalam Umar (2005) yaitu:

$$n = \frac{N}{(1+Ne^2)}$$

n = jumlah sampel

N = ukuran populasi

e = persentase kelongaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel
yang masih bisa di tolelir 10 %

Diketahui jumlah pelanggan JNE Cabang Gresik pada bulan Oktober sampai dengan bulan Nopember tahun 2016 sebesar 700 pelanggan sehingga diperoleh sampel sejumlah :

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

$$n = \frac{700}{1+700(0.1)^2} = 87.5 \approx 90$$

Dari perhitungan diatas maka jumlah responden yang akan diambil adalah sebanyak 90 responden.

1.5. Pengolahan dan Analisis Data

1.5.1. Uji Validitas

Pengujian validitas dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur (instrumen) mengukur apa yang ingin diukur. Uji Validitas digunakan untuk menghitung nilai korelasi (r) antara data pada masing pertanyaan dengan skor total. Teknik yang dipakai untuk menguji validitas kuesioner adalah teknik korelasi *product moment pearson*. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS. Nilai korelasi yang dihitung dinyatakan valid apabila nilai $r > 0,195$. Berdasarkan hasil pengolahan data, didapat bahwa kuesioner bersifat valid (Lampiran 2).

1.5.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat ukur didalam mengukur gejala yang sama. Uji Reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Hasil uji yang dilakukan dengan menggunakan bantuan software SPSS yang menunjukkan bahwa atribut tersebut bersifat sangat reliabel. Berdasarkan teknik *Alpha Cronbach* dihasilkan nilai untuk tingkat kepentingan adalah 0,743 dan untuk tingkat pelayanan adalah 0,761

yang berarti nilai tersebut berada di atas nilai *Alpha Cronbach*. ($r > 0,195$)

1.5.3. Important Performance Analysis

- Pengertian Importance Performance Analysis (IPA)

Teknik analisis ini dikemukakan pertama kali oleh John. A. Mortila dan John C. James dalam Nasution, 2001. Dalam teknik ini responden diminta untuk meranking berbagai atribut atau elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap atribut tersebut. Selain itu responden juga diminta meranking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing atribut tersebut.

Dalam kepuasan pelanggan, hal utama yang menentukannya adalah harapan pelanggan terhadap produk yang diinginkan. Harapan ini dipengaruhi kebutuhan pribadi, pengalaman masa lalu, rekomendasi dari mulut ke mulut dan iklan. Dan persepsi pelanggan terhadap penampilan, kinerja dari produk/produsen.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa *importance performance analysis* ini membandingkan antara harapan dengan kinerja perusahaan dalam mengukur kepuasan konsumen suatu perusahaan.

- Langkah Penggunaan Metode *Importance Performance Analysis*
 1. Identifikasi pelaksanaan (kinerja) pada tiap atribut.
 2. Menghitung jumlah kuesioner yang masuk
 3. Uji Validitas dan Reliabilitas kuisisioner dengan alat bantu Software SPSS.
 4. Menentukan skor rata-rata tingkat pelaksanaan/kepuasan dan tingkat kepentingan menggunakan software Microsoft Excel (lihat lampiran).

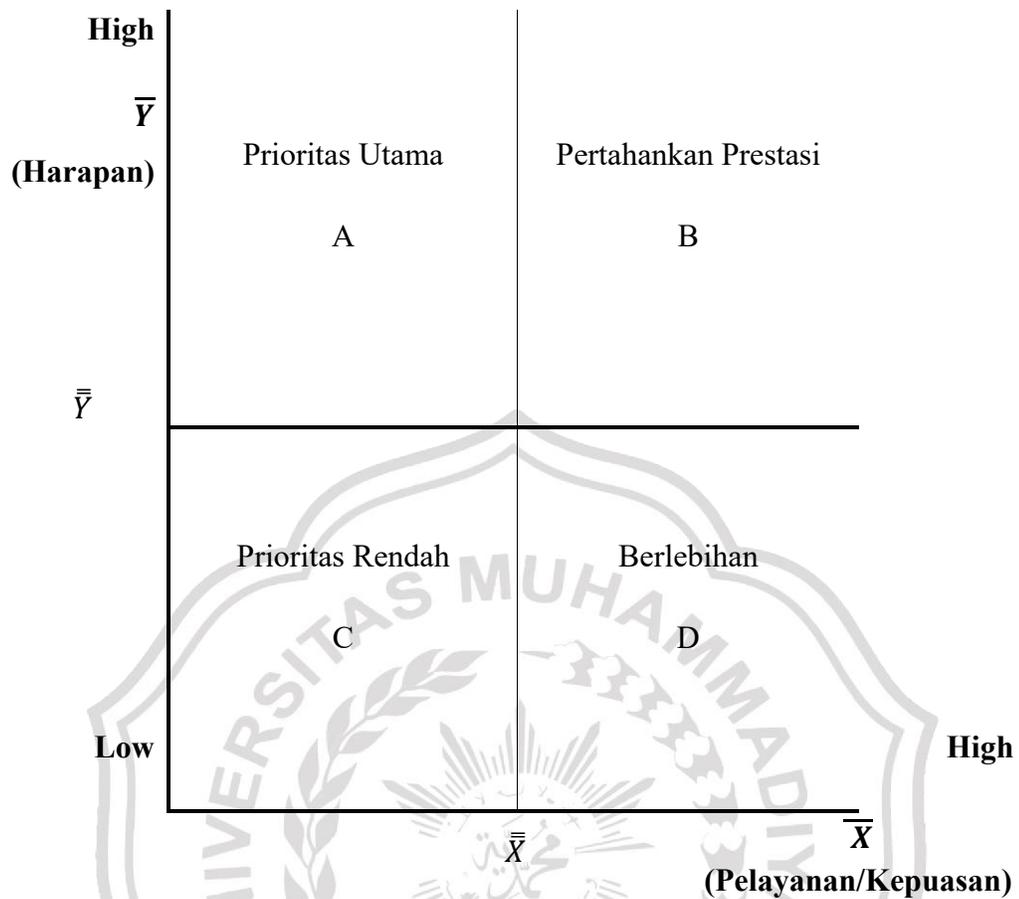
5. Mentabulasi rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan/kepuasan (\bar{X}) atas seluruh faktor atau atribut dan rata rata dari skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan \bar{Y} . (lihat lampiran)
6. Menjabarkan tingkat unsur-unsur tersebut ke dalam empat bagian diagram kartesius. (lihat lampiran)

Pada jasa akan menjadi sesuatu yang bermanfaat apabila pelayanannya didasarkan pada kepentingan pelanggan. Sehingga perusahaan seharusnya mencurahkan perhatiannya pada hal-hal yang memang dianggap penting oleh para pelanggan.

Dengan demikian, terdapat dua buah variabel yang diwakilkan oleh X dan Y, dimana X merupakan tingkat kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan para pelanggan, dan Y merupakan tingkat kepentingan pelanggan. Yang pada akhirnya akan membentuk diagram kartesius.

Diagram kartesius merupakan suatu bagan yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik \bar{X} dan \bar{Y} . Dimana \bar{X} merupakan rata-rata dari rata rata skor tingkat pelaksanaan atau kepuasan pelanggan atas seluruh faktor atau atribut dan Y adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian ini, pembuatan diagram kartesius dibantu dengan Software SPSS dengan memanfaatkan fitur Graph dengan jenis Scatter/Dot.



Gambar 3. 1 Diagram Kartesius

Penjelasan kuadran adalah sebagai berikut :

a. Kuadran A (prioritas utama)

Kuadran ini merupakan wilayah yang memuat atribut dengan tingkat kepentingan tinggi, tetapi memiliki tingkat pelayanan rendah. Atribut-atribut yang masuk pada kuadran ini harus ditingkatkan pelayanannya. Perusahaan harus secara terus menerus melaksanakan perbaikan.

b. Kuadran B (pertahankan prestasi)

Faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dan faktor-faktor yang dianggap pelanggan telah sesuai dengan apa yang dirasakannya, sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi. Atribut-atribut yang masuk pada kuadran ini harus tetap dipertahankan dan harus terus dikelola dengan baik, hal ini dikarenakan semua atribut ini menjadikan produk atau jasa tersebut unggul dimata pelanggan.

c. Kuadran C (prioritas rendah)

Kuadran ini merupakan wilayah yang memuat atribut dengan tingkat kepentingan dan tingkat pelayanan rendah. Atribut-atribut mutu pelayanan yang termasuk dalam kuadran ini dirasakan tidak terlalu penting oleh pelanggan dan pihak perusahaan hanya melaksanakan dengan biasa saja. Pihak perusahaan belum merasa terlalu perlu mengalokasikan biaya dan investasi untuk memperbaiki pelayanannya (prioritas rendah). Namun perusahaan juga perlu mewaspadai, mencermati, dan mengontrol setiap atribut pada kuadran ini, karena tingkat kepentingan pelanggan dapat berubah seiring meningkatnya kebutuhan.

d. Kuadran D (berlebihan)

Faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya.

Adapun atribut kualitas pelayanan pelanggan yang dilakukan oleh JNE Cabang Gresik dapat dilihat pada Tabel 3.1.

Tabel 3. 1 Atribut kualitas pelayanan

Nomor Atribut	Nama Atribut	Nomor Atribut	Nama Atribut
A1	Keramahan Karyawan	A11	Kenyamanan ruangan
A2	Tepat alamat	A12	Pengetahuan karyawan akan jasa yang ditawarkan
A3	Cepat sampai	A13	Keterjangkauan wilayah
A4	Kecepatan pelayanan	A14	Agen mudah ditemukan
A5	Asuransi	A15	Sarana penampung keluhan pelanggan
A6	Tarif	A16	Kesamaan pelayanan terhadap pelanggan
A7	Kesigapan karyawan	A17	Hadiah
A8	Transparasi biaya	A18	Kemudahan akses informasi
A9	Dapat dipercaya	A19	Variasi pelayanan
A10	Pengemasan	A20	Kebersihan ruangan

Sumber : Isti Wiyanti (2010) dan survey terhadap pelanggan JNE cabang Gresik

1.5.4. Customer Satisfaction Index

Pengukuran terhadap indeks kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction Index*) diperlukan karena hasil dari pengukuran tersebut dapat digunakan sebagai acuan untuk menentukan sasaran-sasaran ditahun-tahun mendatang. Tanpa adanya indeks kepuasan pelanggan tidak mungkin top management dapat menentukan target dalam peningkatan kepuasan pelanggan. Selain itu indeks juga diperlukan

karena proses pengukuran kepuasan pelanggan bersifat kontinue. Cara menghitung indeks kepuasan pelanggan adalah:

1. Menghitung *Weighting Factors* (WF)

Yaitu fungsi dari media importance score atau skor median tingkat kepentingan masing-masing atribut dalam bentuk 5% dari total median importance score atau skor median tingkat kepentingan untuk seluruh atribut yang diuji.

2. Menghitung *Weighted Score* (WS)

Yaitu fungsi dari median satisfaction score atau skor median tingkat kepuasan masing-masing atribut dikalikan dengan *Weighting Factors* (WF) masing-masing atribut.

3. Menghitung *Weighted Median Total* (WMT)

Yaitu total dari nilai *Weighted Score* (WS) keseluruhan

4. Indeks Kepuasan Pelanggan

Yaitu perhitungan dari *Weighted Median Total* (WMT) dibagi skala maksimum atau highest scale dikali 100%.

Tingkat kepuasan responden secara menyeluruh dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen, dengan kriteria sebagai berikut:

No	Selang	Indeks Kepuasan Pelanggan
1	0,81 - 1,00	Sangat Puas
2	0,66 - 0,80	Puas
3	0,51 - 0,65	Cukup Puas
4	0,35 - 0,50	Kurang Puas
5	0,00 - 0,34	Tidak Puas

Sumber : Fitriah Isky Farida (2011)