

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian merupakan gambaran keseluruhan penelitian sehingga diketahui proses, metode, dan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini.

3.1 Obyek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah kualitas pelayanan di Bengkel *King Modified* Gresik. Dalam penelitian ini dilakukan sebagai salah satu upaya pengembangan dan perbaikan kualitas yang ada.

3.2 Studi Pustaka

Setelah mengetahui masalah dan tujuan dari penelitian maka peneliti mencari literatur atau sumber-sumber yang terkait dengan masalah yang ada yaitu dengan membaca, mencatat dari jurnal-jurnal atau buku-buku yang berhubungan dengan penelitian dimaksudkan agar memperoleh acuan seperti teori-teori yang berkaitan dengan pokok bahasan dalam penelitian.

3.3 Studi Lapangan

Tujuan dari studi lapangan adalah untuk mengetahui kondisi sebenarnya dari obyek yang akan diteliti. Beberapa hal yang dilakukan dalam studi lapangan antara lain:

1. Observasi

Melakukan pengamatan secara langsung pada Bengkel *King Modified* Gresik.

2. Wawancara

Melakukan wawancara dengan *owner* bengkel, mekanik bengkel, karyawan bagian penjualan sparepart (admin), pelanggan bengkel, dan mekanik khusus. guna memperoleh informasi yang sesuai dengan topik penelitian.

3.4 Perumusan Masalah

Perumusan masalah dilakukan setelah masalah yang ada teridentifikasi dan mencari pemecahan masalah berdasarkan studi lapangan dan studi pustaka.

3.5 Design Prakuesioner, Penyebaran Prakuesioner dan Pengumpulan Hasil Prakuesioner

Tahap awal merupakan tahap penyusunan prakuesioner berdasarkan kebutuhan pelanggan. Prakuesioner yang dibuat merupakan kuesioner terbuka. Adapun teknik pengumpulan data dengan mengajukan sejumlah pertanyaan kepada responden. Daftar pertanyaan yang disusun merupakan pertanyaan terbuka, dimana pertanyaan tersebut berguna untuk menggali kebutuhan pelanggan yang sebenarnya. Setelah itu dilakukan penyebaran prakuesioner lalu rekapitulasi prakuesioner. Ada pada di lampiran 2.

Tahap awal merupakan tahap penyusunan prakuesioner berdasarkan kebutuhan pelanggan. Sebelum survei kuesioner adalah kuesioner terbuka. Adapun Teknik pengumpulan data dengan mengajukan beberapa pertanyaan Responden. Daftar pertanyaan terjadwal adalah pertanyaan terbuka, dimana Pertanyaan ini berguna untuk menggali kebutuhan pelanggan Faktanya. Setelah itu, bagikan kuesioner dan buat ringkasan Prasyarat

3.6 Penyusunan *Design* Kuesioner Penelitian

Kuesioner digunakan sebagai alat pengumpulan data. Yang pertama adalah membuat kuesioner kano. Pada saat pembuatan kuisioner dihitung dengan menggunakan model Kano, sifat kuisioner adalah setiap pertanyaan mengandung dua bagian yaitu fungsional dan disfungsional (Sumaryono, 2013)

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 pelanggan juga menentukan tingkat kepuasan pelanggan kepuasan dari pesaingnya yang diukur dengan menggunakan metode skala Likert (Sugiono, 2012) dalam (Hasibuan, 2019) sebagai berikut:

1. Sangat Baik (SB) diberi bobot 5
2. Baik (B) diberi bobot 4
3. Cukup Baik (CB) diberi bobot 3
4. Kurang Baik (KB) diberi bobot 2
5. Tidak Baik (TB) diberi bobot 1

Dalam kuesioner ini selain menentukan tingkat kepentingan pelanggan juga menentukan tingkat kepuasan pelanggan yang diukur dengan menggunakan metode skala Likert (Sugiono, 2012) dalam (Hasibuan, 2019) sebagai berikut:

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

3.7 Pengumpulan Data

Dari penyebaran kuesioner data yang telah dikumpulkan, dan data yang didapat adalah:

a. Data Responden

Berisi informasi responden yang mengisi kuesioner, data pribadi seperti nama, umur, jenis kelamin.

b. Data Kano model

Berisikan tanggapan responden atas pernyataan positif atau negatif.

c. Data *Quality Function Deployment*

Berisikan data sebagai penyusunan *House Of Quality*.

3.7.1 Tahap Pengumpulan Data

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data dari kuesioner dengan tahapan sebagai berikut :

1. Kuesioner disebar kepada pelanggan bengkel minimal sebanyak 72 responden. Akan tetapi peneliti mengambil sampel sebanyak 75

responden untuk meminimalisir kekurangan data saat pengujian data. Jumlah sampel minimal sebanyak 72 responden. diperoleh dari jumlah populasi, dan teknik sampling sebagai berikut:

a. Populasi

Dalam penelitian ini populasi yang dimaksudkan adalah pelanggan Bengkel *King Modified* Gresik pada Juli s/d September tahun 2020 yang berjumlah 761 pelanggan. Jumlah populasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada table dibawah ini.

Tabel 3.5 Rekapitulasi Jumlah Pelanggan Bengkel *King Modified* Gresik
Periode bulan Juli s/d September tahun 2020

Periode (Bulan)	Jumlah Pelanggan Bengkel (Orang)
September 2020	255
Oktober 2020	269
November 2020	237
Jumlah	761
Rata-rata	253

b. Tes Kecukupan Data

Dalam menentukan jumlah sampel peneliti menggunakan rumus :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \dots\dots\dots (2.3)$$

Sehingga dapat dirumuskan:

$$n = \frac{253}{1 + 253(0,1)^2}$$

$$n = \frac{253}{3,53}$$

$$n = 71,67 = 72$$

Jadi dari hasil perhitungan diatas bahwa sampel minimum yang harus diambil yaitu sebesar 72 responden. Akan tetapi peneliti mengambil sampel sebanyak 75 responden untuk meminimalisir kekurangan data saat pengujian data.

c. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah teknik *sampling incidental*. Teknik *Sampling incidental* menurut Sugiono (2012) adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu jika menurut Anda seseorang yang Anda temui cocok dengan sumber datanya, siapa pun yang bertemu dengan peneliti secara kebetulan atau kebetulan dapat dijadikan sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok dengan sumber data. Dengan kriteria orang yang dapat dijadikan sampel atau responden yaitu minimal 2 kali pernah melakukan servis di bengkel *King Modified*.

3.8 Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Pengujian ini dilakukan menggunakan *software SPSS*. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan antara nilai r hitung dengan nilai r tabel dan untuk derajat kebebasan (df) = $n-2$, n adalah jumlah sampel. Dan dikatakan valid jika nilai r hitung $>$ r tabel. Untuk mengetahui apakah data reliabel atau tidak dapat diketahui jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60.

3.9 Pengolahan Data Kano

Langkah-langkah penelitian menggunakan model Kano adalah :

Langkah 1: Identifikasi ide / kebutuhan pelanggan atau analisis ide / kebutuhan pelanggan yang akan diukur Prakuesioner

Langkah 2 : Membuat Kuesioner Kano

Saat pembuatan kuesioner dihitung dengan menggunakan model Kano, sifat kuesioner adalah

setiap pertanyaan berisi 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.

Langkah 3: Memproses hasil jawaban Kuesioner dengan menggunakan *Tabulation of Surveys*.

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

3.10 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 pelanggan (*Importance to Customer*)

Penentuan tingkat kepentingan pelanggan digunakan untuk mengetahui sejauh mana pelanggan memberikan penilaian atau harapan dari kebutuhan pelangganyang ada. Dapat dihitung dengan rumus(2.4)

b. Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk/jasa (*Competitive Satisfaction Performance*)

Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan terhadap jasa dimaksudkan untuk mengukur bagaimana tingkat kepuasan pelanggan setelah pemakaian jasa yang akan dianalisa. Dapat dihitung dengan rumus(2.5)

c. Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan terhadap jasa pesaing (*Customer Competitive Satisfaction Performance*)

Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan terhadap jasa pesaing dimaksudkan untuk mengukur bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap pesaing setelah pemakaian produk/jasa yang akan dianalisa. Dapat dihitung dengan rumus(2.6)

b. Nilai Tujuan (*Goal*)

Nilai tujuan ini ditentukan oleh pihak perusahaan untuk mewujudkan tingkat kepuasan yang diinginkan oleh pelanggan

c. Rasio Perbaikan (*Improvement Ratio*)

Improvement ratio merupakan suatu ukuran relatif yang digunakan untuk menunjukkan perbandingan posisi penyedia jasa saat ini dengan harapan pelanggan (Farah, 2018). Nilai ini dapat dihitung dengan rumus : *Improvement ratio* = Tingkat harapan/Tingkat Persepsi.....(2.7)

d. Nilai Penjualan (*Sales Point*)

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

e. Bobot Berat (*Raw Weight*)

Bobot berat tiap atribut adalah nilai kebutuhan dan keinginan pelanggan terhadap mutu atribut. Dapat dihitung dengan rumus bobot berat = (Tingkat kepentingan konsumen) x (Rasio perbaikan) x (Nilai penjualan)(2.8)

f. Bobot Normalisasi (*Normalized Raw Weight*)

Apabila nilai normalisasi besar, maka atribut tersebut lebih diprioritaskan kedalam proses perbaikan kualitas. Dapat dihitung dengan rumus :

$$\text{Nilai normalisasi} = \frac{\text{Bobot berat}}{\text{Total bobot berat}} \dots\dots\dots(2.9)$$

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 *King Modified*.

b. Technical Corelation

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

c. Relationship Matrixs

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

d. Own Perfomance

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

e. Target

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

3.11 Tahap Analisis dan Interpretasi

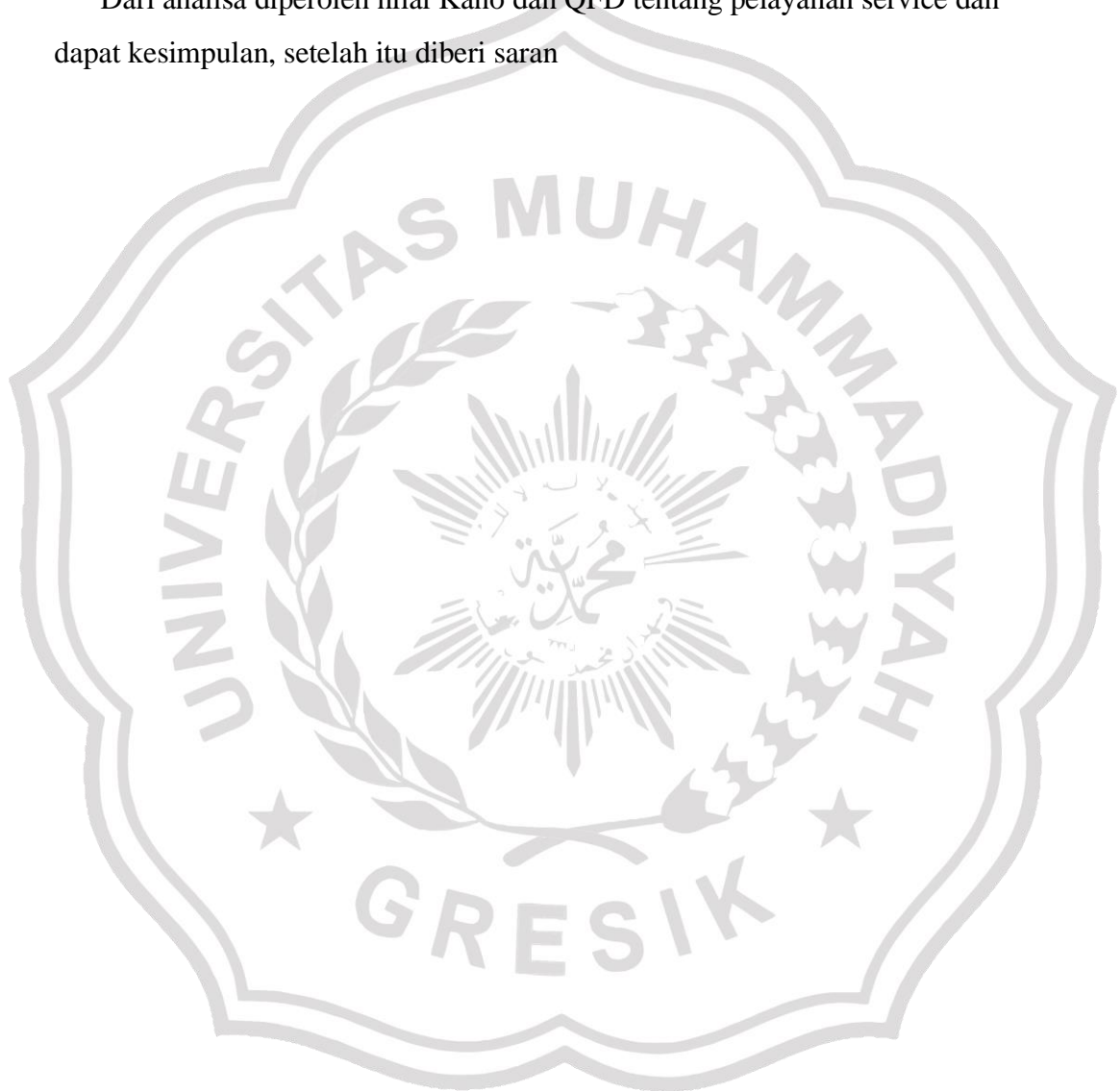
Dari pengumpulan dan pengolahan data akan diperoleh nilai yang digunakan untuk menganalisa sistem pelayanan service yang sesuai dengan kebutuhan atau

keinginan pelanggan. Untuk menyelesaikan masalah diperlukan analisa-analisa antara lain:

1. Analisis Model Kano dan QFD.
2. Evaluasi atau usulan perbaikan.

3.12 Tahap Kesimpulan dan Saran

Dari analisa diperoleh nilai Kano dan QFD tentang pelayanan service dan dapat kesimpulan, setelah itu diberi saran



3.13 Flow Chart Penelitian

