

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis Penelitian adalah proses pengumpulan data dan analisis data yang dilakukan secara sistematis dan logis untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif deskriptif, dimana data yang dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik. Deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagai adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Diharapkan dalam penelitian ini akan melihat Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Aplikasi Maxim Di Indonesia Menggunakan Metode IPA Dan CSI

3.2 Sumber Data

Data yang dihasilkan oleh peneliti merupakan hasil akhir dari proses pengolahan selama berlangsungnya penelitian. Data pada dasarnya berawal dari bahan mentah yang disebut data mentah. Jenis data yang digunakan dalam proses penelitian adalah Data primer. Data primer adalah data yang diperoleh dari lapangan atau yang diperoleh dari responden yaitu pengguna aplikasi Maxim. Data tersebut adalah hasil jawaban pengisian kuisisioner dari responden yang terpilih dan memenuhi kriteria responden berhubungan dengan kualitas pelayanan terhadap aplikasi maxim di indonesia menggunakan metode *importance performance analysis* (IPA) dan metode CSI (Customer Satisfaction Index)

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan langkah atau cara yang dilakukan seorang peneliti untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam mencapai tujuan penelitiannya. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang dipakai adalah kuesioner (angket) karena jumlah responden yang cukup besar maka metode kuesioner akan lebih cocok digunakan apabila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab, yaitu konsumen Aplikasi Maxim. Skala pengukuran penelitian ini yang digunakan adalah skala Interval. Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu.

Tabel 3.1

Penentuan Skor Tingkat *Performance* Dan *Importance*

| Kualitas Pelayanan Berdasarkan Tingkat <i>Performance</i> | | | | | | |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|----------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Sangat Setuju |
| | | | | | | |

| Kualitas Pelayanan Berdasarkan Tingkat <i>Importance</i> | | | | | | |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|-----------------------|
| Sangat Tidak Penting | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Sangat Penting |
| | | | | | | |

3.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi sebagai berikut populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas tertentu yang diterapkan penelitian untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah yaitu seluruh pengguna aplikasi Maxim.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti/diobservasi, dan dianggap dapat menggambarkan keadaan atau ciri populasi. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dan *teknik purposive sampling* yang

dimana pengambilan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Adapun kriteria yang ditentukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Berusia 17 tahun, berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan
2. Minimal memiliki Pendidikan terakhir SMA/Sederajat
3. Menggunakan aplikasi Maxim tiga kali selama dua bulan terakhir

Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna aplikasi Aplikasi Maxim yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Hair, menyarankan bahwa ukuran sampel tergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel. Jumlah sampel adalah sama dengan jumlah indikator dikalikan 5-10. Jumlah indikator yang diteliti pada penelitian ini berjumlah 8 indikator, maka diperoleh hasil perhitungan sampel sebagai berikut, jumlah Sampel = $10 \times 8 = 80$ responden.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.2

Definisi Operasional Variabel

| Variabel | Definisi Konsep | Definisi Oprasional | Indikator | Skala |
|--------------------|--|---|--|--------------|
| Kualitas Pelayanan | Sampurno dan Sharif (2020) kaulitas pelayanan yaitu memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan | Kinerja Pelayanan yang diberikan oleh Maxim terkait dengan tingkat kepuasan konsumenn | <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Availability</i> 2. <i>Access</i> 3. <i>Information</i> 4. <i>time</i> 5. <i>Customer Service</i> 6. <i>Comfort</i> 7. <i>Safety</i> 8. <i>Environment</i> <p>Sumber : Sampurno dan Sharif (2020)</p> | Interval |

Sumber: Data diolah, 2022

3.6 Uji Persyaratan Instrumen

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Lupiyoadi (2015) Validitas adalah alat ukur yang digunakan dalam pengukuran yang dapat digunakan untuk melihat tidak adanya perbedaan antara data yang didapat oleh peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Sesuatu instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah dan untuk mengukur tingkat validitas dalam penelitian ini digunakan rumus korelasi product moment melalui program SPSS.21.

Kriteria Pengujian :

1. Apabila $Sig < 0.05$ maka H_0 diterima (instrumen valid).
2. Apabila $Sig > 0.05$ maka H_0 ditolak (instrumen tidak valid).
3. Menentukan kesimpulan dan hasil uji hipotesis

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Rambat Lupiyoadi (2015) Reliabel artinya konsisten atau stabil, suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila hasil alat ukur tersebut konsisten sehingga dapat dipercaya. Uji reliabilitas kuesioner menggunakan metode Alpha Cronbach. Uji reliabilitas pada penelitian ini, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS. Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai r alpha indeks korelasi.

Tabel 3.3
Interpretasi Nilai r

| Nilai Korelasi | Keterangan |
|-----------------------|-------------------|
| 0,8000 – 1,0000 | Sangat Tinggi |
| 0,6000 – 0,7999 | Tinggi |
| 0,4000 – 0,5999 | Sedang |
| 0,2000 – 0,3999 | Rendah |
| 0,0000 – 0,1999 | Sangat Rendah |

3.7 Metode Analisa Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis statistik deskriptif. Menurut Sugiyono (2015) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

3.7.1 Analisis Importance Performance Analysis (IPA)

Analisis IPA dipergunakan untuk membandingkan antara penilaian konsumen terhadap tingkat kepentingan terhadap kualitas layanan (Importance) dengan tingkat kinerja kualitas layanan (Performance). Rumus *Importance Performance Analysis* Tingkat Kesesuaian:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan :

Tki = Tingkat Kesesuaian

Xi = Skor Penilaian Kinerja

Yi = Skor Penilaian Kepentingan

Tahap kedua adalah menghitung rata – rata untuk setiap atribut yang diperoleh konsumen :

$$XI = \frac{\sum Xi}{n} \quad YI = \frac{\sum Yi}{n} \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan :

XI = Skor rata – rata tingkat kinerja produk.

YI = Skor rata – rata tingkat kepentingan terhadap produk.

n = jumlah responden.

Selanjutnya menghitung rata – rata Analisis *Importance Performance* seluruh atribut tingkat kepentingan (Y) dan Kinerja (X) yang menjadi batas dalam diagram kartesius:

$$X = \frac{\sum Xi}{K} \quad Y = \frac{\sum Yi}{K} \dots\dots\dots (3)$$

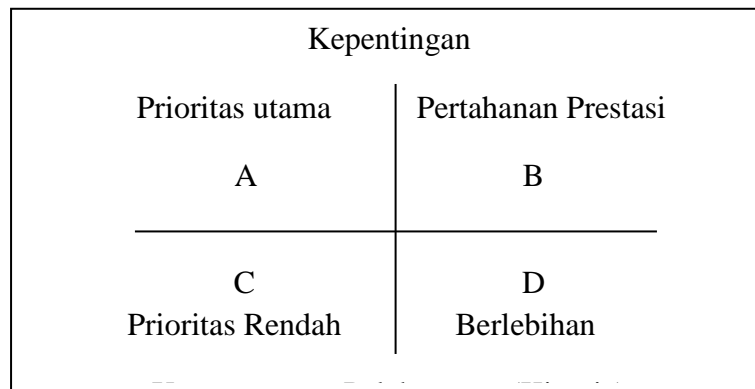
Keterangan :

XI = Skor rata – rata tingkat kinerja seluruh atribut.

YI = Skor rata – rata tingkat kepentingan terhadap seluruh atribut.

K =Banyaknya atribut yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan

Tahap terakhir adalah penjabaran tiap atribut dalam diagram kartesius seperti terlihat pada gambar :



Gambar : 3.1 Diagram Kartesius

Pembagian pada diagram kartesius analisis *importance performance* adalah sebagai berikut.:

1. Kuadran A menunjukkan variabel yang dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen dan dianggap sangat penting tetapi perusahaan belum dapat melaksanakan sesuai keinginan konsumen.
2. Kuadran B menunjukkan variabel yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankan. Dianggap sangat penting untuk memuaskan konsumen.
3. Kuadran C menunjukkan variabel yang dianggap kurang penting dan kurang memuaskan konsumen.
4. Kuadran D menunjukkan variabel yang memuaskan. Tetapi pelaksanaan terlalu berlebihan kurang penting oleh konsumen.

Maka, disimpulkan bahwa *Importance Performance Analysis* merupakan cara untuk menganalisis tingkat kepentingan dan kinerja dari suatu pelayanan dilihat pada empat kuadran yaitu kuadran a yang merupakan prioritas utama, kuadran b dimana satu layanan dipertahankan, kuadran c merupakan prioritas rendah, dan kuadran d dimana pelanggan merasa berlebihan pada atribut ini.

3.7.2 Analisis Customer Satisfaction Index (CSI)

Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap hasil kinerja pelayanan dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut jasa tersebut. CSI banyak digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan. Analisis data *Customer Satisfaction Index* (CSI) merupakan analisis kuantitatif berupa persentase pelanggan yang senang dalam suatu survei kepuasan pelanggan. CSI diperlukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari atribut – atribut produk atau jasa. Cara perhitungan untuk mendapatkan nilai CSI adalah sebagai berikut: .Nilai rata-rata pada kolom kepentingan (I) dijumlahkan sehingga diperoleh Y dan juga hasil kali I dengan P pada kolom skor (S) dijumlahkan dan diperoleh T. CSI diperoleh dari perhitungan $(T/5Y) \times 100\%$. Nilai 5 (pada 5Y) adalah nilai maksimum yang digunakan pada skala pengukuran.

Rumus *Customer Satisfaction Index* (CSI) sebagai berikut :

1. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS)

MIS merupakan nilai rata-rata tingkat harapan responden dari tiap variabel atau atribut yang dapat dihitung menggunakan rumus:

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^N y_i}{n}$$

Keterangan :

n : Jumlah responden

Y_i : Harapan atribut ke-i

2. Menentukan *Mean Satisfaction Score* (MSS)

MSS merupakan nilai rata-rata tingkat kinerja yang dirasakan responden tiap variabel atau atribut, yang dapat dihitung menggunakan rumus:

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^N x_i}{n}$$

Keterangan:

n : Jumlah Responden

X_i : Nilai kinerja atribut ke-i

3. Menentukan *Wiegth Factor* (WF)

Menentukan *Weight Factor* (WF), skor ini merupakan presentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut dengan menggunakan rumus:

$$(1). \sum_{i=1}^n MIS_i = MIS_1 + MIS_2 + MIS_3 + \dots + MIS_{25}$$

$$(2). WF = \frac{MIS}{\sum_i^p MIS_i}$$

Keterangan:

P : Jumlah atribut kepentingan

i : Atribut pelayanan ke-i

4. Menentukan *Weight Score* (WS)

Menentukan *Weight Score* (WS), skor ini merupakan perkalian antara *Wiegth Factor* (WF) dengan rata-rata tingkat kenyataan pelayanan yang dirasakan

responden sebagai *Mean Satisfaction Score* (MSS) dengan menggunakan rumus:

$$WS_i = W_{Fi} \times MSS_i$$

Keterangan:

i : Atribut pelayanan

5. Menentukan Customer Satisfaction Index (CSI)

Skala kepuasan konsumen yang umum dipakai dalam interpretasi indeks adalah skala nol (0) sampai satu (1) atau nol (0) sampai seratus dengan menggunakan rumus:

$$\sum_{i=1}^n WS_i = WS_1 + WS_2 + WS_3 + \dots + WS_{25}$$

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^n WS_i}{HS} \times 100\%$$

Nilai CSI dalam penelitian ini dibagi menjadi lima (5) kategori mulai dari tidak puas sampai dengan sangat puas.

Tabel 3.4
Kriteria Nilai Indeks Kepuasan Konsumen

| Nilai Indeks | Keterangan |
|--------------|-------------|
| 81% - 100% | Sangat Puas |
| 66% - 80% | Puas |
| 51% - 65% | Cukup Puas |
| 35% - 50% | Kurang Puas |
| 0% - 34% | Tidak Puas |

Sumber: Sentosa Dan Cahaya (2019)