

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. Dihubungkan dalam penelitian ini akan melihat tingkat kepuasan pembelajaran online di IIB Darmajaya Lampung

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 mahasiswa IIB Darmajaya. Data tersebut adalah hasil jawaban pengisian kuesioner dari responden yang terpilih dan memenuhi kriteria responden berhubungan dengan kepuasan pembelajaran online di IIB Darmajaya Lampung

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan langkah atau cara yang dilakukan seorang. 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. Teknik metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab, yaitu mahasiswa IIB Darmajaya. Skala pengukuran penelitian ini yang digunakan adalah skala Interval. Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu. Berikut ini tabel 3.1 penentuan skor tingkat kinerja dan kepentingan.

Tabel 3.1
Penentuan Skor Tingkat Kinerja Dan Kepentingan

Kualitas Pelayanan Berdasarkan Tingkat Kinerja						
Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	Sangat Setuju

Kualitas Pelayanan Berdasarkan Tingkat Kepentingan						
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 mahasiswa Manajemen IIB Darmajaya 2017-2020 berjumlah 1.711 mahasiswa

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 Mahasiswa IIB Darmajaya menggunakan LMS Darmajaya
- 2 Mengetahui ketentuan penggunaan LMS Darmajaya

Sample dalam penelitian ini adalah mahasiswa di IIB Darmajaya Lampung. yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Penelitian menggunakan rumus penentuan ukuran sampel. Pada penelitian ini populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Pada penelitian ini populasi yang diambil menggunakan rumusan penentuan yang dinyatakan oleh slovin dengan batasan kesalahan 10% rumus perhitungan ukuran sample adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran populasi

e = Persen ketidak telitian yang masih dapat ditolelir sebesar 1-15%,

Berdasarkan rumus diatas, maka besarnya sampel yang harus diambil dalam penelitian ini adalah:

$$= \frac{1.711}{1+(1.711) \cdot (0,10)^2}$$

$$= \frac{1.711}{1+1.711 \cdot (0,1)^2}$$

$$= \frac{1.711}{1+17,11}$$

$$= \frac{1.711}{18,11} = \text{menjadi 100 orang responden.}$$

3.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan variabel yang diungkapkan dalam definisi konsep tersebut, secara operasional, secara praktis, secara riil, secara nyata dalam lingkup objek penelitian / objek yang diteliti. Secara operasional masing-masing variabel dapat diukur melalui indikator-indikator sebagai berikut :

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Oprasional	Indikator	Skala
Kepuasan	Menurut Ija (2019) Kepuasan konsumen adalah perasaan senang, dan puas yang dirasakan setiap individu karena antara harapan dan kenyataan dalam memakai dan pelayanan yang diberikan terpenuhi	Kualitas layanan pembelajaran online IIB Darmajaya yang digunakan oleh mahasiswa	1. <i>Usability</i> 2. <i>Information quality</i> 3. <i>Service interaction quality</i>	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. 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

Sumber: Sugiyono (2015)

3.7 Metode Analisis 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)

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James (1977) dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa. *Importance Performance Analysis* (IPA) mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan, dan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan. *Importance Performance Analysis* (IPA) dipergunakan untuk membandingkan antara penilaian konsumen terhadap tingkat kepentingan terhadap kualitas layanan dengan tingkat kinerja kualitas

layanan (Ardiansyah dan Jumhur, 2020), 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:

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

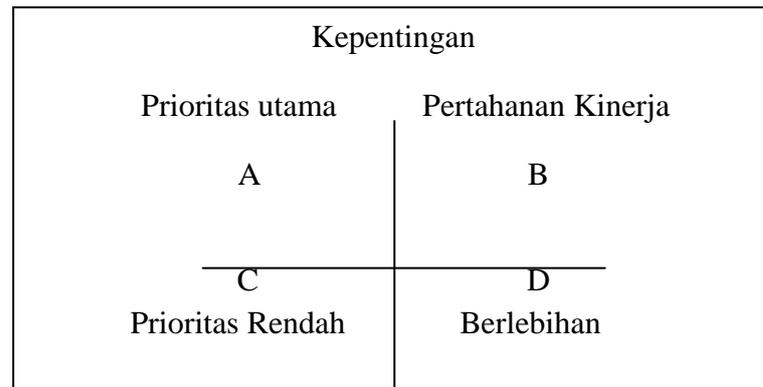
Keterangan :

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 1.3



Gambar : 3.1 Diagram Kartesius

Pembagian pada diagram kartesius analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) (Martilla dan James dalam Agustina, 2016), adalah sebagai berikut:

1. Prioritas Utama (*Concentrate Here*) Faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap sebagai faktor yang sangat penting dibandingkan faktor lainnya pihak manajemen kewajiban memberikan sumberdaya yang lebih dan memberikan perhatian yang lebih pada faktor yang berada pada kuadran ini.
2. Pertahankan Kinerja (*Keep Up The Good Work*) Faktor yang terletak pada kuadran ini dapat dianggap penting dan diharapkan sebagai faktor penunjang untuk kepuasan pelanggan, sehingga pihak atas atau pihak manajemen berkewajiban memastikan bahwa proses kinerja yang dikelolanya dapat terus mempertahankan prestasi yang telah dicapai.
3. Prioritas rendah (*Low Priority*). Faktor yang berada pada kuadran ini mempunyai tingkat prioritas yang rendah daripada faktor lainnya, sehingga pihak manajemen tidak perlu lebih memprioritaskan pada faktor ini.
4. Berlebihan (*Possible Overkill*) Faktor yang berada pada kuadran ini dianggap tidak terlalu penting, sehingga pihak manajemen perlu mengalokasikan faktor yang terkait pada kuadran ini kepada faktor lain yang membutuhkan prioritas penanganan lebih tinggi.

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 konsumen 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. 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:

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

Keterangan:

n : Jumlah Responden

Xi : 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 (k=25)

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:

$$WS_i = WFi \times MSS_i$$

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:

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

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

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

$$RS \frac{m-n}{b}$$

Perhitungan rentang skala:

Keterangan:

m : skor tertinggi

n : Skor terendah

b : jumlah kelas

Tabel 3.4

Kriteria Nilai Indeks Kepuasan Pelanggan

No	Nilai Indeks	Keterangan
1	>84%	Sangat Puas
2	68% - 83%	Puas
3	52% - 67%	Cukup Puas
4	36% - 51%	Kurang Puas
5	<35%	Tidak Puas