

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian survey deskriptif melalui pendekatan kuantitatif. Resseffendi (2010) menyatakan bahwa penelitian deskriptif merupakan penelitian yang menggunakan observasi, wawancara atau angket mengenai keadaan sekarang ini. Penelitian ini difokuskan pada analisis tingkat kepuasan pelanggan atas pelayanan perawatan di Klinik Kecantikan La'Dior *Skin Care* Bandar Lampung.

3.2 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh penelitian untuk menjawab masalah suatu tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif, maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survei atau observasi. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara atau data berupa jawaban pada kuesioner yang diberikan kepada pelanggan atau masyarakat menggunakan pelayanan perawatan di Klinik Kecantikan La'Dior *Skin Care* Bandar Lampung.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan metode survei. Metode survei merupakan suatu hal yang mempelajari dalam proses pengambilan sampel unit individu dari suatu populasi dan teknik terkait pengumpulan data survei, seperti pembuatan kuesioner dan metode untuk meningkatkan jumlah dan akurasi tanggapan dalam survei. Metode ini mencakup instrumen atau prosedur yang berisikan satu atau lebih pertanyaan yang mungkin atau mungkin tidak dijawab. Instrument atau alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa kuesioner. Kuesioner merupakan instrumen penelitian yang terdiri dari serangkaian pertanyaan untuk tujuan mengumpulkan informasi dari

responden. Kuesioner dapat dianggap sebagai semacam wawancara tertulis. Metode kuisisioner beragam: dapat dilakukan tatap muka, telepon, komputer, atau pun sosial media. Pengumpulan data dilakukan dengan cara memberi pertanyaan tertulis kepada pasien atau masyarakat pengguna pelayanan perawatan di Klinik Kecantikan La'Dior *Skin Care* Bandar Lampung. Jenis kuesioner tersebut adalah pertanyaan terstruktur dan pertanyaan tidak terstruktur. Pertanyaan terstruktur adalah pertanyaan yang jawabannya telah ditentukan sebelumnya, sehingga responden cukup memilih jawaban yang telah disediakan pada pertanyaan tersebut. Sebaliknya, pertanyaan tidak terstruktur adalah daftar pertanyaan yang memberi kebebasan kepada responden untuk menjawab pertanyaan itu dengan cara yang bebas, menurut pengertiannya sendiri, menurut logikanya sendiri, dengan memakai istilah dan gaya bahasanya sendiri. Skala pengukuran penelitian ini yang digunakan adalah skala interval. Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu:

Tabel 3.1
Perhitungan Menggunakan Tipe *Interval*

Skala Pengukuran Harapan	Skor	Skala Pengukuran Kinerja	Skor	Skala
Sangat Setuju (SB)	5	Sangat Puas (SP)	5	Interval
Setuju (B)	4	Puas (P)	4	
Cukup Setuju (CB)	3	Cukup Puas (CP)	3	
Tidak Setuju (TB)	2	Tidak Puas (TP)	2	
Sangat Tidak Setuju (STB)	1	Sangat Tidak Puas (STP)	1	

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan atau masyarakat pengguna pelayanan perawatan di Klinik Kecantikan La'Dior *Skin Care* Bandar Lampung pada bulan Januari hingga Juni 2021 sebanyak 265 pelanggan.

3.4.2 Sampel

Sedarmayanti dan Hidayat (2011) menyatakan bahwa sampel adalah kelompok kecil yang diamati dan merupakan bagian dari populasi sehingga sifat dan karakteristik populasi juga dimiliki oleh sampel. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar mewakili.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, dimana sampel yang diambil atas dasar pertimbangan tertentu. Karakteristik sampel yang diinginkan adalah:

- a. Responden tinggal di kota Bandar Lampung.
- b. Responden sudah/pernah memperoleh layanan perawatan lebih dari 3 kali.

Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin:

Rumus:

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

Keterangan:

N : Ukuran populasi

E : *Margin of error* (nilai besaran kesalahan) (dengan nilai 10% setara dengan 0,1)

Penyelesaian:

$$N = \frac{265}{1 + 265 (0,1)^2}$$

$$N = 72,60$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka jumlah sampel yang diperoleh adalah sebanyak 72,60 dan dibulatkan menjadi 73 responden.

3.5 Variabel Penelitian

Hendra (2018) menyatakan bahwa variabel penelitian pada dasarnya merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel penelitian ini adalah variabel tunggal (*single variable*) yaitu kepuasan pelanggan.

3.6 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 atau objek yang diteliti sebagai berikut:

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Kualitas Layanan	Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2016).	Persepsi para konsumen atas layanan yang benar-benar diterima dan diberikan oleh penyedia jasa karyawan/ kinerja klinik kecantikan La'Dior <i>Skin Care</i> Bandar Lampung.	1) Kualitas Interaksi 2) Kualitas Lingkungan Fisik 3) Kualitas Hasil (Brady & Cronin (2001) dalam Tjiptono (2016)	Interval

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

Langkah awal yang akan dilakukan dalam analisis ini adalah dengan pengolahan data. Pengolahan data dilakukan dengan mempergunakan *software* SPSS 20.0 untuk memperoleh hasil uji validitas dan reliabilitas.

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar item pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas menggunakan teknik kolerasi *Product Moment*. Responden dengan peneliti memiliki kesesuaian dalam mendeskripsikan suatu fenomena, terutama dalam memaknai fenomena tersebut (Lupiyoadi, *et.al*, 2015). Kriteria pengujian untuk uji validitas dalam

penelitian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai signifikansi dengan nilai alpha (0,05).

- 1) Apabila nilai *sig.* > nilai alpha (0,05), maka instrument tidak valid
- 2) Apabila nilai *sig.* < nilai alpha, maka (0,05) instrument valid.

Uji validitas pada penelitian ini menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Program for Social Science*) versi 20.0.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur ketepatan suatu ukuran atau alat pengukur kehandalan. Suatu ukuran atau alat ukur yang dapat dipercaya harus memiliki reliabilitas yang tinggi. Jika alat ukur tersebut digunakan berkali-kali, dan hasilnya juga akan serupa. Pengujian validitas instrumen dilakukan kepada 30 orang responden (pelanggan) selain sampel penelitian yang telah ditentukan. Uji reliabilitas pada penelitian ini, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Program for Social Science*) versi 20.0.

Tabel 3.3
Interprestasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi

Koefisien r	Reliabilitas
0.8000 – 1.0000	Sangat Tinggi
0.6000 – 0.7999	Tinggi
0.4000 – 0.5999	Sedang/Cukup
0.2000 – 0.3999	Rendah
0.0000 – 0.1999	Sangat Rendah

Sumber: Sugiyono (2014)

3.8 Metode Penelitian Data

3.8.1 *Importance Performance Analysis (IPA)*

Importance-Performance Analysis (IPA) merupakan suatu metode untuk menganalisis sejauh mana tingkat kepuasan seseorang terhadap kinerja sebuah perusahaan didasarkan pada hasil penilaian tingkat kepentingan dan hasil penilaian kerja atau penampilan akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat pelaksanaannya pada sebuah perusahaan.

Penelitian ini mengasumsikan bahwa tingkat kepentingan mewakili harapan seseorang terhadap pelayanan perawatan di klinik kecantikan. Penggunaan diagram kartesius digunakan untuk menjabarkan unsur-unsur tingkat kesesuaian kepentingan dan kepuasan, dilakukan melalui suatu bagan yang dibagi menjadi empat bagian dan dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (x, y) . Jika bobot tingkat pelaksanaan (kinerja) lebih besar atau sama dengan bobot tingkat kepentingan (harapan), berarti kinerja pelayanan klinik kecantikan telah memenuhi harapan pelanggan. Sementara itu, jika bobot pelaksanaan (kinerja) lebih kecil dari bobot tingkat kepentingan (harapan), berarti kinerja pelayanan klinik kecantikan masih di bawah harapan. Hal tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan belum tercapai. Bobot penilaian kinerja pelayanan klinik kecantikan dan bobot penilaian kepentingan pelanggan dirata-ratakan dan diformulasikan ke dalam diagram *Importance Performance*. Penilaian tingkat kepentingan dan kinerja pada penelitian ini menggunakan 5 skala likert. Masing-masing atribut diposisikan dalam sebuah diagram, dimana skor rata-rata penilaian pada tingkat pelaksanaan (kinerja) x_i menunjukkan posisi suatu atribut pada sumbu x sementara posisi atribut pada sumbu y ditunjukkan oleh skor rata-rata tingkat kepentingan (harapan) pelanggan terhadap sumbu y_i .

Keterangan:

x = Skor rata-rata tingkat kepuasan/kinerja

y = Skor rata-rata tingkat kepentingan

n = Jumlah responden

Hubungan antara tingkat kepuasan (kinerja) dan tingkat kepentingan ditentukan dengan menggunakan diagram kartesius. Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (x, y) , dimana x adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja atau kepuasan konsumen seluruh faktor atau atribut dan y merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Titik tersebut diperoleh dari rumus:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{I=1}^n x}{k} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum_{I=1}^n y}{k}$$

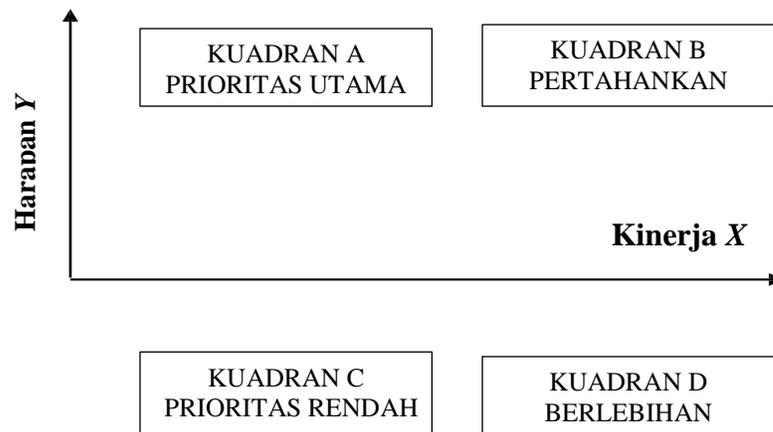
Keterangan:

X = Skor rata-rata dari tingkat kinerja seluruh atribut komponen mutu pelayanan.

y = Skor rata-rata dari tingkat kepentingan seluruh atribut komponen mutu pelayanan

k = Banyaknya atribut dari komponen mutu pelayanan dan kinerja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Selanjutnya tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat, yaitu kuadran A, B, C dan D ke dalam diagram kartesius pada gambar 3.1.



Gambar 3.1

Diagram Kartesius Tingkat Kesesuaian Harapan/Kepentingan dan Kinerja

Keterangan:

Kuadran A menunjukkan bahwa atribut-atribut yang sangat penting bagi konsumen, akan tetapi pihak perusahaan belum melaksanakan sesuai dengan keinginan pelanggan, sehingga menimbulkan rasa tidak puas.

Kuadran B menunjukkan bahwa atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen telah dilaksanakan dengan baik dan dapat memuaskan pelanggan.

Kuadran C menunjukkan bahwa atribut-atribut yang memang dianggap oleh konsumen kurang penting, dimana sebaiknya perusahaan menjalankan secara sedang.

Kuadran D menunjukkan bahwa atribut-atribut yang dianggap kurang penting, tetapi dijalankan dengan sangat baik oleh perusahaan atau sangat memuaskan.

3.8.2 Customer Satisfaction Index (CSI)

Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut kualitas jasa yang diukur. *Customer Satisfaction Index (CSI)* digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan secara menyeluruh dengan menggunakan kriteria nilai. Wijaya (2017) menyebutkan langkah-langkah perhitungan *Customer Satisfaction Index (CSI)* sebagai berikut:

1. Menentukan *Mean Importance Score (MIS)*, nilai ini berasal dari rata-rata kepentingan tiap konsumen.
2. Membuat *Weight Factors (WF)*, bobot ini merupakan persentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut.
3. Membuat *Weight Score (WS)*, bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan rata-rata tingkat kepuasan (X).
4. Menentukan *Customer Satisfaction Index (CSI)*.

Nilai CSI dalam penelitian ini dibagi menjadi lima (5) kategori mulai dari tidak puas sampai dengan sangat puas. Skala kepuasan konsumen yang biasa di pakai sebagai berikut:

Tabel 3.4

Kriteria *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Nilai CSI	Kriteria CSI
81- 100	Sangat Puas
66 - 80.99	Puas
51- 65.99	Cukup Puas
35- 50.99	Tidak Puas
0- 34.99	Sangat Tidak Puas