

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 analisis kepuasan penumpang lion air terhadap kualitas pelayanan dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (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 penumpang Maskapai Lion Air. Data tersebut adalah hasil jawaban pengisian kuesioner dari responden yang terpilih dan memenuhi kriteria responden berhubungan dengan analisis kepuasan penumpang Lion Air terhadap kualitas pelayanan dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI).

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 penumpang Maskapai Lion Air. Skala pengukuran penelitian ini yang digunakan adalah skala Likert. Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu.

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 Setuju	1	2	3	4	5	Sangat Setuju

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017) pengertian populasi yaitu “wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi dalam penelitian ini adalah penumpang Maskapai Lion Air di Bandar Lampung melakukan perjalanan lebih dari satu kali. Populasi dalam penelitian ini adalah penumpang maskapai penerbangan Maskapai Lion Air di Bandar Lampung yang telah menggunakan jasa penerbangan Maskapai Lion Air di Bandar Lampung minimal sebanyak 2 kali. Jenis populasi yang akan diteliti adalah populasi *infinite* yaitu objek dengan ukuran yang tidak terhingga, yang mana peneliti dalam penelitian ini tidak mengetahui jumlah pasti penumpang maskapai penerbangan Maskapai Lion Air di Bandar Lampung yang telah menggunakan jasa penerbangan tersebut minimal sebanyak 2 kali.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sedangkan pengertian dari 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.

Teknik sampling yang digunakan oleh penulis adalah *non probability sampling*. Teknik *non probability sampling* yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu teknik *purposive sampling*. Pengertian *purposive sampling* menurut Sugiyono (2017) adalah “Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.”

Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya. Rumus dalam menghitung sampel pada populasi yang tidak diketahui menggunakan rumus Lemeshow sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 1-\alpha/2P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95 % = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10 %

Melalui rumus di atas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah:

$$n = \frac{z^2 1-\alpha/2P(1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 100$$

Sehingga jika berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapatkan adalah $96,04 = 100$ orang sehingga pada penelitian ini setidaknya penulis harus mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya sejumlah 100 dengan kriteria melakukan perjalanan lebih dari satu kali terhadap Maskapai Lion Air di Bandar Lampung.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.2 Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator
Kepuasan Konsumen	Nababan Dan Ramadhan (2020) menyatakan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dengan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan bisa dikatakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan.	Kinerja Pelayanan yang diberikan oleh pihak Maskapai Lion Air terkait dengan tingkat kepuasan penumpang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tangible 2. Reliabilitas 3. Responsiveness 4. Empathy 5. Assurance <p>Sumber : Pratiwi Dan Santoso (2020)</p>

Sumber: Data diolah, 2023.

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.25.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut 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 Kolerasi	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 Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis statistik deskriptif. Menurut Sugiyono (2018) 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*). Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja / pelaksanaan dengan skor kepentingan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Adapun rumus yang digunakan adalah :

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Dimana :

Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kualitas pelayanan

Yi = Skor penilaian kepuasan konsumen

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

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

Dimana :

\bar{X} = Skor rata-rata tingkat kinerja perusahaan atau kualitas pelayanan

\bar{Y} = Skor rata-rata tingkat kepentingan atau kepuasan konsumen

N = Jumlah responden sebagai sampel

Berikut rumus perhitungan rata-rata dari rata-rata skor dalam kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen :

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum_{i=1}^n Xi}{K} \qquad \bar{\bar{Y}} = \frac{\sum_{i=1}^n Yi}{K}$$

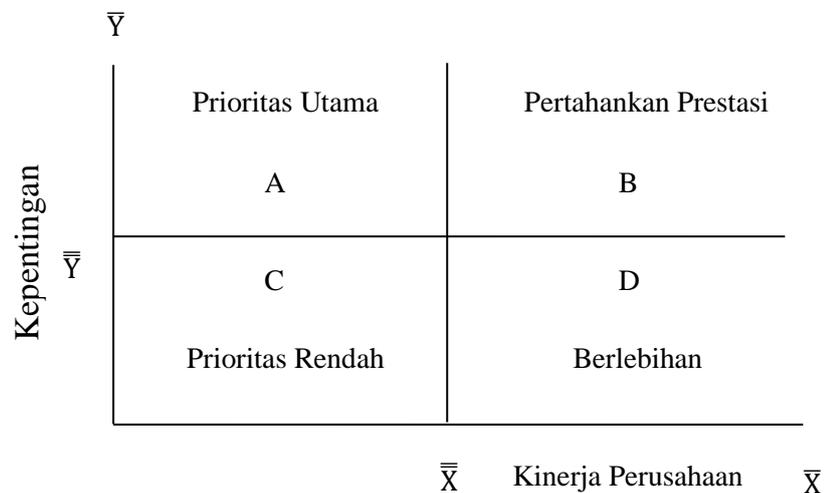
Dimana :

$\bar{\bar{X}}$ = Skor rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja atau kualitas pelayanan

$\bar{\bar{Y}}$ = Skor rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan atau kepuasan konsumen

K = Jumlah atribut yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen

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



(Sumber : J. Supranto, 2011 : 242)

Gambar 3.1. Diagram Kartesius

Keterangan :

1. Kuadran A (Prioritas Utama)
Menunjukkan wilayah yang memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen tetapi pada kenyataannya kualitas pelayanan yang diberikan belum sesuai dengan harapan kepuasan perusahaan. Atribut-atribut yang masuk dalam kuadran ini harus diperbaiki dan ditingkatkan.
2. Kuadran B (Pertahankan Prestasi)
Menunjukkan wilayah yang memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen dan kualitas pelayanan sudah sesuai dengan yang diharapkan sehingga harus tetap dipertahankan.
3. Kuadran C (Prioritas Rendah)
Menunjukkan wilayah yang memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh perusahaan dan tingkat kualitas pelayanan juga rendah.
4. Kuadran D (Berlebihan)
Menunjukkan wilayah yang memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh perusahaan namun kualitas pelayanan cukup tinggi, sehingga dirasakan terlalu berlebihan.

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
 Yi : 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 *Weight Factor* (WF)

Menentukan *Weight Factor* (WF), skor ini merupakan persentase 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 25

4. Menentukan *Weight Score* (WS)

Menentukan *Weight Score* (WS), sektor ini merupakan perkalian antara *Weight Factor* (WF) dengan rata-rata tingkat kenyataan pelayanan yang dirasakan responden sebagai *Mean Satisfaction Score* (MSS) dengan menggunakan rumus:

$$WS_i = WF_i \times MSS_i$$

Keterangan:

i : Atribut pelayanan

WS : *Weight Score*

WF : *Weight Factor*

MSS : *Mean Satisfaction Score*

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.

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)