

## **BAB III**

### **METODELOGI PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif adalah suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri baik hanya pada satu variabel atau lebih (Sugiyono, 2016). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan pada *Lovely Bee Day Care*.

#### **3.2 Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. (Sugiyono, 2016). Dalam hal ini data primer yang diperoleh penulis merupakan data secara langsung dengan mengadakan penelitian dan kuesioner. Data primer pada penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner secara langsung dengan orang tua yang menitipkan bayi dan balita di *Lovely Bee Day Care*

#### **3.3 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. (Sugiyono, 2016). Pengumpulan data dengan cara memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada responden orang tua yang menitipkan anak di *Lovely Bee Day Care*. Skala pengukuran kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala interval. Skala interval merupakan skala pengukuran yang paling banyak digunakan peneliti untuk mengukur suatu fenomena di mana responden diminta melakukan rangking terhadap preferensi (diutamakan) tertentu dan memberikan nilai terhadap preferensi

tersebut (Lupiyoadi, 2015). Jawaban pertanyaan berikut tabel pengukuran kuisioner dalam penelitian ini, diukur secara khas pada sebuah skala *likert* dengan ketentuan :

**Tabel 3.1 Pengukuran Data**

<b>Skala Pengukuran Kinerja</b>	<b>Skor</b>	<b>Skala Pengukuran Harapan</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju (SS)	5	Sangat Puas (SP)	5
Setuju (S)	4	Puas (P)	4
Cukup Setuju (CS)	3	Cukup Puas (CP)	3
Tidak Setuju (TS)	2	Tidak Puas (TP)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	Sangat Tidak Puas (STP)	1

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2016) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini populasinya adalah seluruh orang tua yang menitipkan anaknya pada tempat penitipan anak di *Lovely Bee Day Care*, yaitu sebanyak 68 responden pada tahun 2018.

#### 3.4.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2016) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut untuk sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili). pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan *sampling jenuh*. *Sampling jenuh* adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 68 responden.

### 3.5 Variabel Penelitian

Variabel adalah segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan penelitian atau sering pula dinyatakan sebagai faktor-faktor yang berperan dalam peristiwa atau gejala yang akan diteliti. Variabel dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan

### 3.6 Definisi Operasional

**Tabel 3.2 Definisi Operasional**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi konsep</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Kepuasan Pelanggan	Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler, 2009)	<i>Tangibel</i>	Interval
		<i>Empaty</i>	
		<i>Reliability</i>	
		<i>Responsivenees</i>	
		<i>Assurance</i>	

### 3.7 Uji Persyaratan Instrumen

#### 3.7.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2016) validitas adalah derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Data pengujian validitas menggunakan kriteria pengujian untuk uji ini adalah apabila  $\text{sig} > 0,05$  (alpha) , maka tidak valid dan apabila  $\text{sig} < 0,05$  (alpha), maka valid dapat kita peroleh dari pengelolaan data dalam program SPSS versi 20.

#### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengatur ketepatan suatu ukuran atau alat pengukur kehandalannya. Suatu ukuran atau alat ukur yang dapat dipercaya harus memiliki reliabilitas yang tinggi. Jika alat ukur tersebut stabil maka dapat diandalkan, walaupun alat tersebut digunakan berkali-kali, dan hasilnya juga akan serupa. Uji realibilitas pada penelitian ini menggunakan pengelola data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 20. Uji reliabilitas menunjukkan kepada

suatu pengertian bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik.

**Tabel 3.3 Interpretasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi**

Koefisien r	Reliabilitas
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 2016

### 3.8 Metode Analisis Data

#### 3.8.1 *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Metode pengukuran CSI menurut Stratford (2008) meliputi tahap-tahap sebagai berikut:

1. Menghitung *weighting factors* (WF), yaitu mengubah nilai rata-rata tingkat kepentingan atau *mean important score* (MIS) masing-masing atribut menjadi angka persentase (%) dari total nilai rata-rata tingkat kepentingan untuk seluruh atribut yang diuji.

Rumus :

$$WF = \frac{\text{Total MIS}}{\text{MIS}_i} \times 100\%$$

Dimana : i = atribut ke-i

2. Menghitung *weighted score* (WS), yaitu nilai perkalian antar nilai rata-rata tingkat kinerja atau kepuasan atau *mean satisfaction score* (MSS) masing-masing atribut dengan *weighting factors* masing-masing atribut.

Rumus :

$$WS = MSS \times WF$$

3. Menghitung *weighted average total* (WAT), yaitu menjumlahkan *weigted score* dari semua atribut.

Rumus :

$$WAT = WS1+WS2+....+WS...$$

4. Menghitung *customer satisfaction index* (CSI), yaitu *weighted average total* (WAT) dibagi *highest scale* (HS) atau skala maksimal yang digunakan (penelitian ini menggunakan skala maksimal 5), kemudian dikali 100 %.

Rumus :

$$CSI = \frac{WAT}{HS} \times 100\%$$

Nilai CSI dalam penelitian ini dibagi kedalam 5 kriteria dari sangat tidak puas sampai sangat puas berikut ini adalah tabel CSI:

**Tabel 3.4 Tabel CSI**

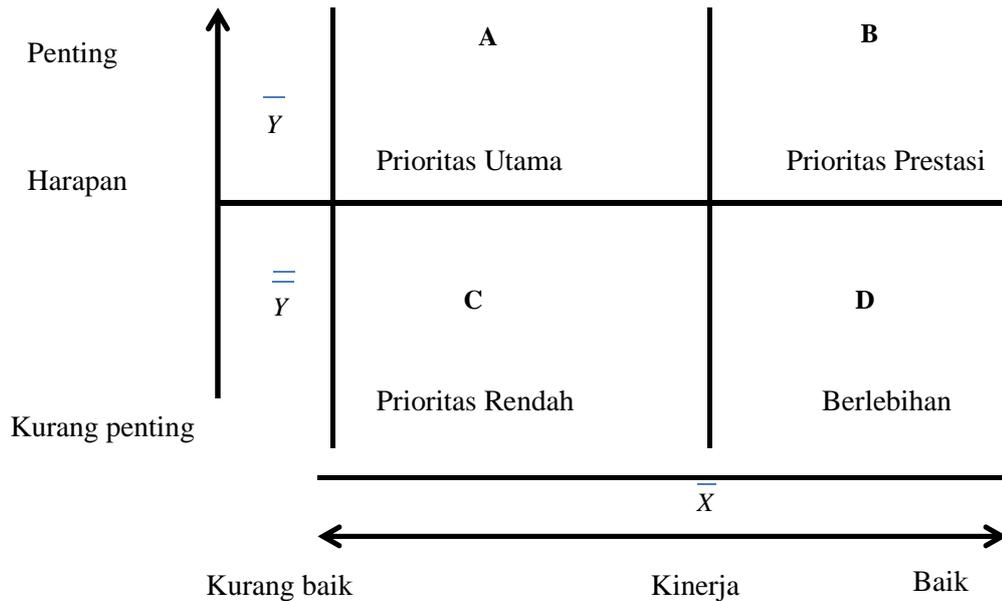
No	Index Kepuasan Pelanggan	Kriteria Customer Satisfaction
1	0,00 - 0,34	Tidak Puas
2	0,35 - 0,50	Kurang Puas
3	0,51 - 0,65	Cukup Puas
4	0,66 - 0,80	Puas
5	0,81 - 1,00	Sangat Puas

Sumber : Oggie Rahmat Asfary

### 3.8.2 Importance Performance Analysis (IPA)

*Importance and Performance Analysis* (IPA) adalah 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. Tingkat kesesuaian adalah perbandingan skor kinerja atau

pelaksanaan dengan skor harapan. Penggunaan diagram kartesius sangat diperlukan untuk menjabarkan unsur-unsur tingkat kesesuaian harapan dan kepuasan, dilakukan melalui suatu bagan yang dibagi menjadi empat bagian dan dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik  $(\bar{x}, \bar{y})$  (Supranto, 2011)



**Gambar 3.1 : Kuadran Kartesius Atribut Kualitas Pelayanan**

Keterangan:

- A. Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan pelanggan. Sehingga mengecewakan atau tidak puas.
- B. Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankan. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan
- C. Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.
- D. Menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.