

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang di lakukan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan dan menginterpretasikan sesuatu, misalnya kondisi dan hubungan yang ada, pendapat yang berkembang, proses yang sedang berlangsung, akibat dan efek yang terjadi (Sugiyono, 2016). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan konsumen pada PT Pos Indonesia cabang Bandar Lampung dengan menggunakan Analisis Diagonal dan *Penalty Reward*.

#### **3.2 Sumber Data**

Sumber data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah Data primer. Data primer adalah data asli yang di kumpulkan oleh peneliti , data ini di kumpulkan khusus untuk menjawab masalah dalam penelitian secara khusus (Sugiyono 2016). Data yang di gunakan adalah data dari jawaban hasil kuesioner yang di bagikan kepada pengguna jasa pengiriman PT Pos Indonesia di Bandar Lampung.

#### **3.3 Metode Pengumpulan data**

Metode pengumpulan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan kuesioner. Angket atau Koesioner merupakan teknik pengumpulan data dimana partisipan/responden mengisi pertanyaan atau pernyataan kemudian setelah diisi dengan lengkap mengembalikan kepada peneliti (Sugiyono, 2016).

Pengumpulan data dengan cara memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada responden pengguna PT Pos Indonesia. Skala pengukuran kuesioner

dalam penelitian ini menggunakan skala interval. Berikut skala pengukuran kuesioner pada penelitian ini :

**Tabel 3.1 Skala Pengukuran Kuesioner**

No	Pengukuran Harapan	Skor	Pengukuran Kinerja	Skor	Skala
1	Sangat Puas (SP)	5	Sangat Setuju (SS)	5	Interval
2	Puas (P)	4	Setuju (S)	4	
3	Cukup Puas (CP)	3	Cukup Setuju (CS)	3	
4	Tidak Puas (TP)	2	Tidak Setuju (TS)	2	
5	Sangat Tidak Puas (STP)	1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	

(Sugiyono, 2015).

### 3.4 Populasi dan Sempel

#### 3.4.1 Populasi

Populasi adalah kumpulan dari semua kemungkinan orang – orang, benda – benda dan ukuran lain, yang menjadi objek perhatian atau kumpulan seluruh objek yang menjadi populasi (Sugiyono , 2016). Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pengguna jasa layanan PT.Pos Indonesia di Bandar Lampung yaitu sebanyak 1.666,983.

#### 3.4.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diharapkan mampu mewakili populasi dalam penelitian. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016). Sampel dalam penelitian ini termasuk kedalam *non probability sampling* teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan *teknik purposive sampling*. Teknik

Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2016). Penentuan jumlah sampel dalam penelitian menggunakan rumus slovin. Berikut rumus *slovin* dalam penelitian ini:

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

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan sampel yang masih dapat ditolelir misalnya 10%

Berikut perhitungan jumlah sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus *slovin*:

$$n = \frac{1.666.988}{1 + 1.666.988 (0,1)^2} = 99,2 \text{ Responden}$$

Berdasarkan hasil perhitungan sampel menggunakan rumus slovin didapatkan jumlah sampel sebanyak 99,2 Respon, Untuk itu peneliti menggenapkan jumlah semula menjadi 100 responden.

### 3.5. Definisi Oprasional Variabel

**Tabel 3.2**

**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Kepuasan konsumen	Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Tapi, jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas dan senang (kotler 2014).	Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau puas dimana harapan dengan ekspektasi terhadap produk atau jasa yang di berikan terpenuhi.	Indikator <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Tangible</i></li> <li>2. <i>Empathy</i></li> <li>3. <i>Reliability</i></li> <li>4. <i>Responsiveness</i></li> <li>5. <i>Assurance</i></li> </ol>	Interval

### 3.6 Uji Persyaratan Instrumental

#### 3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah alat yang di gunakan untuk mengumpulkan data agar data yang di peroleh mempunyai tingkat akurasi dan konsistensi yang

tinggi ,instrumental penelitian yang di gunakan harus valid (Sugiyono2016).

Berikut prosdur pengujian dalam penelitian ini :

Hipotesis :

Ho : Data bersifat tidak valid

Ha : Data bersifat valid

Kriteria penguji :

1. Apabila probabilitas sig  $< 0,05$  maka Ho di tolak Ha diterima  
Apabila probabilitas  $> 0,05$  maka Ho diterima Ha ditolak
2. Pengujian Validitas Instrumental dilakukan melalui program SPSS 20
3. Dari hasil analisis dapat disimpulkan pada penelitian ini bahwa data bersifat valid dengan sig  $< 0,05$ .

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur ketepatan suatu ukuran ataupun alat pengukur kehandalan. Realibilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran dengan alat ukur dapat dipercaya dan hasil pengukurannya harus reliabel dalam artian harus memiliki tingkat konsistensi dan kemantapan walaupun alat ukur tersebut digunakan berkali-kali dan hasilnya juga akan serupa (Sugiyono, 2016).

Menguji reliabilitas dalam penelitian ini akan digunakan teknik alpha cronbach dengan membandingkan hasil pengujian dengan table interperestasi r. berikut table interpretasi r dalam penelitian ini :

**Tabel 3.3 Interpretasi nilai r**

Koefesien r	Kategori
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

#### 3.7.1 Analisis Diagonal ( *Suharjo Split* )

Analisis diagonal (*Suharjo split* ) Metode ini digunakan untuk mengukur tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan pelanggan (efisiensi produk dan layanan) terhadap suatu atribut. Hasil analisis ini ditampilkan dalam bentuk diagram kartesius dengan memotong garis linier pada titik nol antara garis kepentingan dan garis kepuasan. Garis linier ini disebut garis efficient (Wirawan, 2005). Sebelum melakukan analisis diagonal suharjo split langkah – langkah yang di lakukan yaitu dengan menjumlahkan atau menghitung nilai jawaban responden yang masing-masing menjawab pada skala 4 dan 5 (*top two boxes index* ) pada variabel kepercayaan (X) dan Kepuasan (Y) dengan perhitungan sebagai berikut:

#### 1. Kepentingan ( X )

$$\bar{x} = \frac{\text{Jawaban responden pada skala 5} + \text{Jawaban responden pada skala 4}}{N}$$

N

Keterangan:

$\bar{x}$  : Jawaban responden pada setiap variabel kuesioner

N: Jumlah Responden

2. Kepuasan ( Y )

$$\bar{x} = \frac{\text{Jawaban responden pada skala 5} + \text{Jawaban responden pada skala} / 2}{N}$$

Keterangan:

$\bar{x}$  : Jawaban responden pada setiap variabel kuesioner

N: Jumlah Responden

Setelah melakukan perhitungan-perhitungan dengan menggunakan rumus di atas maka selanjutnya di lakukan analisis diagonal dengan menggunakan spss.

Pembagian Pada Diagram Kartesius Analisis Diagonal Adalah Sebagai Berikut.:

1. Kuadran I ( Prioritas Utama )

Menunjukkan variabel yang dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen dan dianggap sangat penting tetapi perusahaan belum dapat melaksanakan sesuai keinginan konsumen sehingga perusahaan harus meningkatkan kinerjanya agar optimal.

2. Kuadran II ( Pertahankan Prestasi )

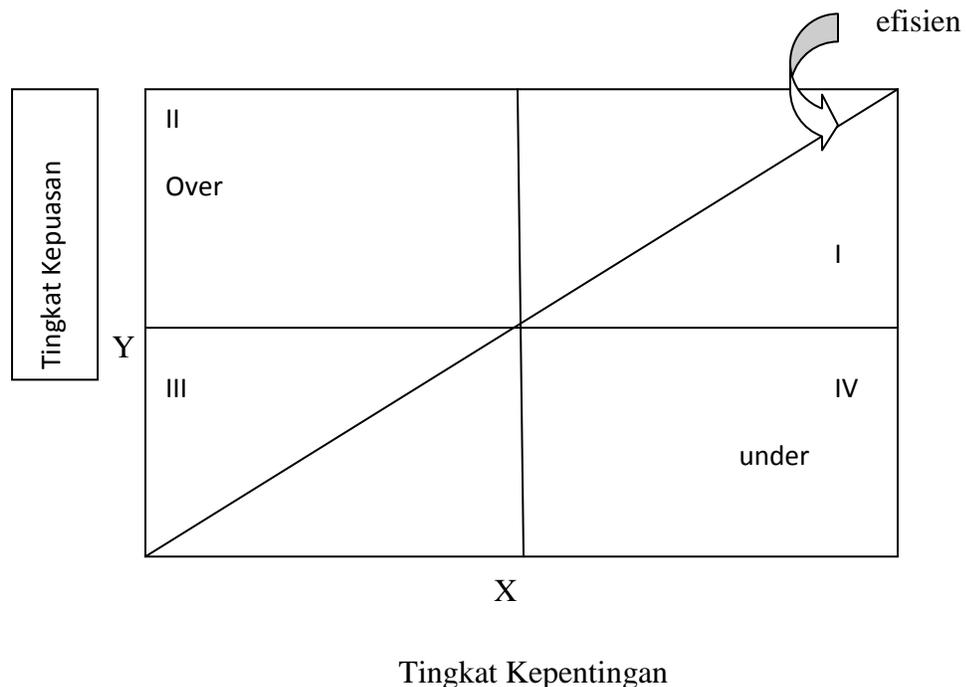
Menunjukkan variabel yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan dimana kinerja dan keinginan konsumen pada suatu atribut berada pada tingkat tinggi dan sesuai, sehingga perusahaan cukup mempertahankan kinerja variabel tersebut.

3. Kuadran III ( Priorotas Rendah )

Menunjukkan variabel yang dianggap kurang penting dan kurang memuaskan. dimana kinerja dan keinginan konsumen pada suatu atribut berada pada tingkat rendah, sehingga perusahaan belum perlu melakukan perbaikan.

4. Kuadran IV ( Berlebihan )

Menunjukkan variabel yang memuaskan. Tetapi pelaksanaan terlalu berlebihan kurang penting dimana kinerja produk berada pada tingkat tinggi tetapi keinginan konsumen akan kinerja dari atribut tersebut rendah, sehingga perusahaan perlu mengurangi hasil yang dicapai agar dapat mengefisienkan.



**Gambar 3.4. Analisis diagonal-suharjo split (Wirawan, 2005)**

**Penjelasan:**

- a. Atribut di bawah garis efficient disebut atribut produk atau layanan yang tidak memadai (under), dengan  $(Y-X)$  menghasilkan nilai negatif.
- b. Atribut di atas garis efficient disebut atribut produk atau layanan yang berlebihan (over), dengan  $(Y-X)$  bernilai positif.
- c. Atribut yang berada tepat pada garis efficient disebut atribut produk atau layanan yang memadai, dengan  $(Y-X)$  menghasilkan nilai nol.
- d. Prioritas pengembangan atribut dapat diidentifikasi dari hasil pengukuran nilai X dan Y. Apabila hasil pengurangan Y dan X negatif, maka atribut tersebut perlu dikembangkan atau ditingkatkan. Apabila hasil pengurangan Y dan X adalah nol, maka atribut tersebut perlu dipertahankan dan apabila hasil pengurangan Y dan X adalah positif, maka atribut tersebut perlu disesuaikan (jika memungkinkan) sehingga menjadi lebih efisien.

### 3.7.1 Analisis *Penalty Reward*

*Analisis Penalty Reward* memiliki tujuan untuk mengelompokkan atribut berdasarkan tingkat kepentingan pemenuhan kebutuhan yang di tawarkan dengan kontribusinya terhadap kepuasan/likeability secara keseluruhan. Tahapan *Penalty reward analysis* dimulai dengan menggunakan skala likert 1-5 untuk mengukur kepuasan per atribut.

Berikut Langkah- Langkah Perhitungan Analisis *Penalty Reward*:

1. Kategori Tidak Memenuhi Harapan =  $\frac{\text{Persentase Jumlah Responden Skala 1} + \text{Persentase Jumlah Responden Skala 2}}{2}$
2. Kategori Memenuhi Harapan =  $\frac{\text{Jumlah Persentase Jawaban Responden Pada Skala 3}}{2}$

3. Kategori Melebihi Harapan = Jumlah Persentase Jawaban Responden Pada Skala 4 + Jumlah Persentase Jawaban Responden Pada Skala 5.

Setelah melakukan perhitungan dengan cara langkah – langkah di atas selanjut nya setiap atribut bisa di kelompokkan ke dalam kategori - kategori berikut : *Basic Attributes*, *Performance Attributes*, *Excitement Attributes*.

Keterangan:

- *Basic Attributes*, yaitu apabila jumlah persentase pada kategori “tidak memenuhi harapan” lebih rendah dari persentase kategori “memenuhi harapan”, namun jumlah persentase responden pada kategori “memenuhi harapan” minimal sama atau lebih tinggi dari kategori “melebihi harapan”.
- *Performance Attributes*, yaitu apabila jumlah persentase pada kategori “tidak memenuhi harapan” lebih rendah dari jumlah persentase kategori “memenuhi harapan” dan jumlah persentase responden pada kategori “memenuhi harapan” lebih rendah dari kategori “melebihi harapan”.
- *Excitement Attributes*, yaitu apabila jumlah persentase pada kategori “tidak memenuhi harapan” sama atau lebih tinggi dari persentase kategori “memenuhi harapan”, namun jumlah persentase responden pada kategori “memenuhi harapan” lebih rendah dari kategori “melebihi harapan”.