

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif deskriptif adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis yang membuat kesimpulan yang berlaku umum (Sugiyono 2013). Dalam penelitian ini akan menanalisis kepuasan konsumen pelanggan *Go-food* di Bandar Lampung.

3.2. Sumber Data

Sumber dalam melakukan pengumpulan data dilakukan dengan cara mengambil data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung oleh responden. Pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang dibagikan kepada konsumen langganan *Go-food* di Bandar Lampung.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode *field research* dengan cara turun secara langsung ke lapangan untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan kebutuhan penelitian. Data tersebut diperoleh dengan cara membagikan kuesioner kepada pelanggan *Go-food* di Bandar Lampung. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan lembar kuesioner dengan skala likert. Skala likert yaitu untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu kejadian. Skala likert ini memiliki 5 kategori. Kuesioner kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan dan kualitas produk *Go-Food* berdasarkan harapan/kepentingan dan berdasarkan persepsi/kinerja.

Tabel 3.1.
Penentuan Skor

No	Berdasarkan Harapan/Kepentingan	Berdasarkan Persepsi/Kinerja	Skor
1	Sangat Penting (SP)	Sangat Puas (SP)	5
2	Penting (P)	Puas (P)	4
3	Cukup Penting (CP)	Cukup Puas (CP)	3
4	Tidak Penting (TP)	Tidak Puas (TP)	2
5	Sangat Tidak Penting (STP)	Sangat Tidak Puas (STP)	1

(Sumber: Sugiyono, 2013)

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2013) 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. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan pengguna *go-food* kota Bandar Lampung periode Februari 2020.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah tidak terbatas, mengingat perkembangan jumlah pengguna layanan *go-food* yang selalu mengalami perubahan. Jumlah pengguna *go-food* di Bandar Lampung yang masih aktif melakukan transaksi tidak dapat dipublikasikan secara terbuka. Penentuan jumlah sampel minimal pada penelitian ini mengacu pada pernyataan Hair et al (2010), bahwa banyaknya sampel sebagai responden harus disesuaikan dengan banyaknya indikator pertanyaan yang di analisis pada kuesioner, dengan asumsi $n \times 5$ observed variabel (indikator) sampai dengan $n \times 10$ observed variabel (indikator). Dalam

penelitian ini jumlah item adalah 21 item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur 2 variabel, sehingga jumlah responden yang digunakan adalah 21 item pernyataan dikali 5. sama dengan 105 responden. Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 105 orang pelanggan Go-food di Bandar Lampung. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Probability Sampling* adalah metode pengambilan sampel secara random atau acak, dengan cara pengambilan sampel ini, seluruh anggota populasi diasumsikan memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel penelitian.

3.5 Definisi Operasional

Definisi Operasional adalah seperangkat instruksi yang disusun secara lengkap untuk menetapkan variabel apa yang akan diukur dan bagaimana cara mengukur variabel (Arikunto, 2010).

Tabel 3.2.
Definisi Operasional

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
Kepuasan Pelanggan <i>Go-food</i>	Kepuasan adalah tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler, 2005)	Respon pelanggan terhadap evaluasi harapan dan kinerja yang dirasakan atas kepuasan pelanggan <i>Go-food</i> .	1. Kualitas Pelayanan - Berwujud (<i>Tangible</i>) - Keandalan (<i>Reliability</i>) - Keresponsifan (<i>Responsiveness</i>) - Keyakinan (<i>Assurance</i>) - Empati (<i>Emphaty</i>) 2. Kualitas Produk - Kinerja (<i>Performance</i>) - Ciri khas (<i>Feature</i>) - Daya tahan (<i>Durability</i>) - Daya tarik	Interval

			(Aesthetic)	
--	--	--	-------------	--

3.6 Uji Persyaratan Instrumen

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji kelayakan butir-butir pernyataan pada instrumen penelitian (kuesiner) yang menunjukkan tingkat keandalan suatu alat ukur, valid berarti instrumen penelitian dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Hadi, 2010). Uji validitas instrumen penelitian (kuesiner) pada penelitian ini menggunakan bantuan program *software* SPSS versi 25.0 dengan analisa uji skala alpha *cronbac'h*. Hasil uji validitas r_{hit} kemudian di konsultasikan dengan r_{tab} , sehingga dapat asumsikan bahwa jika $r_{hit} > r_{tab}$ maka alat ukur (butir-butir pernyataan kuesioner) yang digunakan dinyatakan valid serta layak disebarakan dan sebaliknya jika $r_{hit} < r_{tab}$ maka alat ukur (butir-butir pernyataan kuesioner) yang digunakan dinyatakan tidak valid sehingga butir-butir pernyataan kuesioner yang tidak valid tersebut di *drop out* atau diganti dengan pernyataan lain.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah (konsistensi) alat pengumpul data/ instrumen dalam mengukur apa saja yang diukur. Instrumen yang reliabel maksudnya instrumen yang jika digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas instrumen penelitian (kuesiner) pada penelitian ini menggunakan bantuan program *software* SPSS versi 25.0, dengan ketentuan alat ukur

(kuesioner) dikatakan reliabel jika nilai alpha yang didapat > 0,60.

3.7 Metode Analisis Data

3.7.1 Customer Satisfaction Index (CSI)

Customer Satisfaction Indeks (CSI) digunakan untuk menentukan tingkat atribut dan perangkat pelayanan penyediaan kebutuhan melaut secara menyeluruh dengan pendekatan tingkat kepentingan dari atribut yang diukur Metode pengukuran CSI meliputi tahap-tahap sebagai berikut:

1. Menentukan *Mean Importance Score (MIS)* dan *Mean Satisfaction (MSS)*. Skor tersebut berdasarkan nilai importance dan performance masing-masing responden :

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

$$MSS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

Dimana:

n = Jumlah Responden

Y_i = Skor item *Importance*

X_i = Skor item *Performance*

2. Menghitung *Weighting Factor (WF)*, yaitu mengubah nilai rata-rata kepentingan menjadi angka persentase dari total rata-rata tingkat kepentingan seluruh atribut yang diuji, sehingga didapatkan total WF 100%.

$$W_{fi} = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\%$$

Dimana:

p = Skor item total

3. Menghitung *Weighted Scored* (WS), yaitu nilai perkalian antar nilai rata-rata tingkat kinerja (kepuasan) masing-masing atribut dengan WF masing-masing atribut.

$$WS_i = W_{fi} \times MSS_i$$

4. Menghitung *Satisfaction Indeks* (SI), yaitu WT dibagi (L) skala maksimal yang digunakan (dalam penelitian ini skala maksimum yang digunakan adalah 5), kemudian dikali 100%

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WS_i}{HS}$$

Dimana :

p = Atribut kepentingan ke p

HS (*Hight Scale*) = Skala maksimum yang digunakan (*skala 5*)

Kriteria indeks kepuasan menggunakan kisaran 0,00 hingga 1,00 (tidak puas hingga sangat puas) yang dapat dilihat pada tabel 3.3.

Tabel 3.3.
Kriteria Nilai Customer Satisfction Index

Nilai CSI	Kriteria CSI
81 – 100	Sangat Puas
66 – 80,99	Puas
51 – 65,99	Cukup Puas
35 – 50,99	Kurang Puas
0 – 34,99	Tidak Puas

Sumber: Widi P (2013)

3.7.2 *Importance dan Performance* (IPA)

Metode analisis *importance* dan *performance* dilakukan melalui pengukuran tingkat kesesuaian, yang merupakan perbandingan skor kinerja dari pihak pelabuhan agar menghasilkan produk yang berkualitas tinggi dengan skor tingkat kepentingan pelanggan terhadap pelayanan produk atau jasa yang diberikan pihak Gojek. Tingkat

kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas analisis kepuasan pelanggan *Go-food* di Bandar Lampung.

Pengukuran *Importance Performance Analysis* (IPA) sebagai berikut:

1. Menentukan tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan (*importance*) dan tingkat kinerja (*performance*) dalam meningkatkan kepuasan perusahaan.

Rumus :

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

Keterangan :

TKi = Tingkat Kesesuaian

Xi = Skala penilaian kinerja perusahaan

Yi = Skala penilaian kepentingan konsumen

Interpretasi dari tingkat kesesuaian diantara 95% -100%, maka dikatakan sangat baik. Tingkat kesesuaian 85% • 94%, maka dikatakan baik. Tingkat kesesuaian antara 70% - 84%, maka dikatakan cukup baik dan tingkat kesesuaian dibawah 70% dikatakan tidak baik.

2. Mengukur tingkat kepuasan perusahaan atas kinerja karyawan dan tingkat kepentingan perusahaan atas variabel-variabel kepuasan konsumen untuk menjabarkan pada diagram kartesius, tingkat kinerja dilambangkan dengan huruf x, sedangkan tingkat kepentingan pelanggan dilambangkan dengan huruf y.

Rumus :

$$\bar{X} = \frac{\sum xi}{n} \text{ dan } \bar{Y} = \frac{\sum yi}{n}$$

Keterangan :

\bar{X} = Skala rata-rata tingkat kepuasan kerja

\bar{Y} = Skala rata-rata tingkat kepentingan

n = Jumlah responden

3. Membagi diagram kartesius menjadi 4 bagian dengan cara menghitung rata-rata dari skala tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan untuk mengetahui posisi respondent, maka digunakan diagram kartesius.

Dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Langkah pertama : Mencari skala rata-rata tingkat kualitas layanan

Rumus:

$$\bar{x} = \frac{\sum Xi}{n}$$

Keterangan:

\bar{x} = Skala rata-rata tingkat kualitas layanan

Xi = Indikator atau variabel-variabel yang mewakili masing- masing dimensi

$\sum xi$ = Jumlah responden

n = Jumlah responden

- b. Langkah kedua

Mencari skala rata-rata tingkat kepentingan dan harapan dengan menggunakan rumus :

$$\bar{y} = \frac{\sum yi}{n}$$

Keterangan:

\bar{y} = Skala rata-rata kepentingan

Yi = Indikator atau variabel-variabel yang mewakili masing- masing dimensi

$\sum yi$ = Jumlah variabel-variabel yang mewakili masing- masing dimensi

n = Jumlah Respondent

c. Langkah ketiga

Untuk mengetahui posisi respondent dalam diagram kartesius

Rumus:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{x}_i}{K}$$

Dan

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{y}_i}{K}$$

Keterangan:

K = Banyaknya variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan

\bar{X} = Rata-rata dari skala tingkat kualitas pelayanan

\bar{Y} = Rata-rata dari skala rata-rata tingkat kepentingan/harapan pelanggan

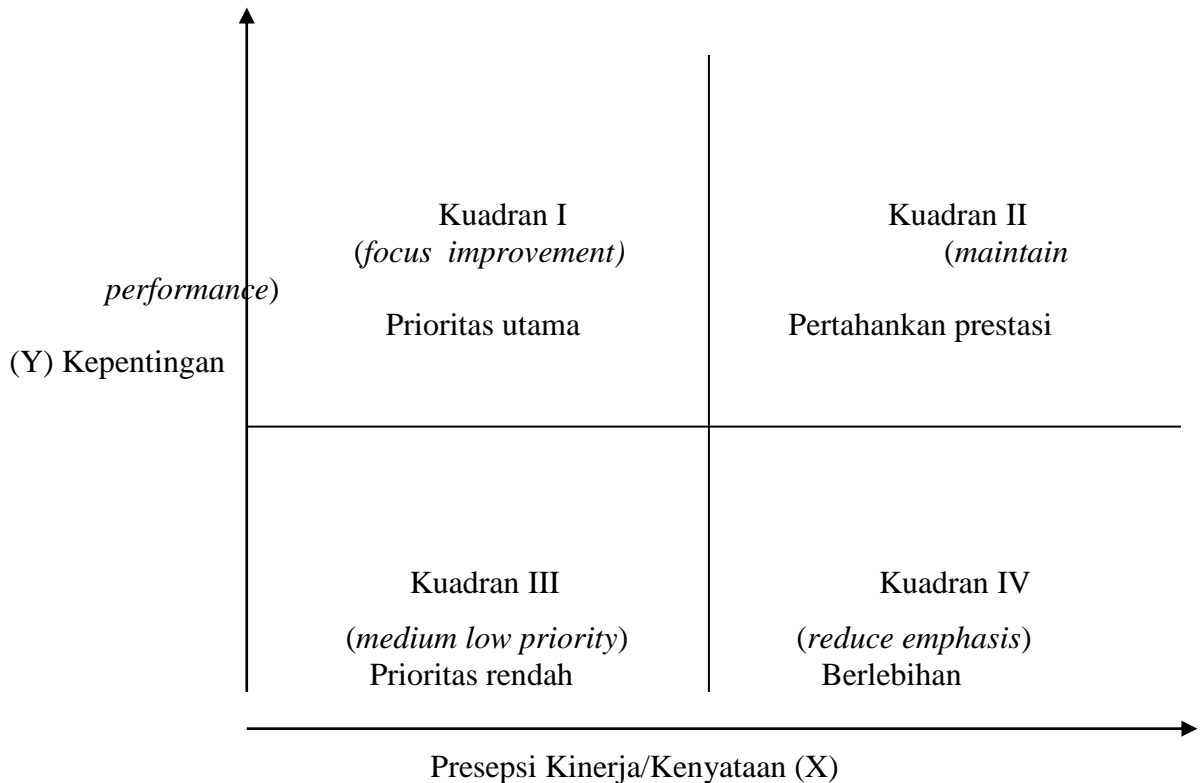
$\sum \bar{x}$ = Jumlah rata-rata tingkat kualitas layanan

$\sum \bar{y}$ = Jumlah dari skala rata-rata tingkat kepentingan/ harapan pelanggan

Analisis kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja pelanggan yang dilakukan dengan membuat diagram kartesius.

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kepentingan.

Tabel 3.4.
Diagram Kartesius



Langkah selanjutnya setelah mendapatkan angka-angka tersebut adalah dengan memasukkannya ke dalam diagram kartesius. Diagram kartesius adalah sebuah Matriks *Importance-Performance* yang digunakan adalah suatu bangun dibagi menjadi empat kuadran yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik (X, Y) Matriks IPA dalam Rangkuti (2006) terdiri dari empat kuadran yang masing-masing menjelaskan keadaan yang berbeda. Keadaan-keadaan tersebut yaitu :

1. Kuadran I (*focus improvement*).

Kuadran ini memuat atribut yang dianggap penting oleh pengunjung tapi kinerja atribut pada kenyataannya belum sesuai dari apa yang diharapkan. Atribut yang termasuk di kuadran ini harus ditingkatkan.

2. Kuadran II (*maintain performance*).

Kuadran ini membuat atribut yang dianggap penting oleh pengunjung dan sudah sesuai sehingga tingkat kepuasannya relative lebih tinggi. Atribut di kuadran ini harus dipertahankan.

3. Kuadran III (*medium low priority*).

Kuadran ini memuat atribut yang dianggap kurang penting oleh pengunjung dan kinerja atribut tersebut kurang dari apa yang diharapkan. Peningkatan atribut yang masuk ke kuadran ini perlu dipertimbangkan walaupun tidak begitu dianggap penting oleh pengunjung.

4. Kuadran IV (*reduce emphasis*) Kuadran ini memuat atribut yang dianggap kurang penting oleh pengunjung sedangkan kinerja museum pada atribut ini terlalu tinggi sehingga dianggap berlebihan. Harus dilakukan efisiensi pada atribut di kuadran ini sehingga bisa menghemat biaya.