**BAB III**

**METODE PENELITIAN**

* 1. **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian 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 dan membuat kesimpulan yang berlaku umum. Dalam penelitian ini akan mendeskripsikan tentang kepuasaan konsumen Lazada di Bandar Lampung.

* 1. **Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung oleh responden. Pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang dibagikan kepada konsumen Lazada di Bandar Lampung.

* 1. **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 responden terkait dengan kepuasaan konsumen Lazada di Bandar Lampung. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert yaitu untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu kejadian. Skala ini memiliki 5 (lima) kategori yaitu “sangat setuju” hingga “sangat tidak setuju”. Kriteria penilaian untuk masing-masing indikator pernyataan yang diberikan adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.1**

**Penentuan Skor**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| No. | Pernyataan | Skor |
|  | Sangat Setuju (SS) | 5 |
|  | Setuju (S) | 4 |
|  | Netral (N) | 3 |
|  | Tidak Setuju (TS) | 2 |
|  | Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |

**Sumber : Sugiyono (2012)**

* 1. **Populasi dan Sampel**
		1. **Populasi**

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Lazada di Bandar Lampung. Populasi dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan asumsi segmen Lazada yaitu usia remaja sampai dengan dewasa akhir.

* + 1. **Sampel**

Penentuan jumlah sampel yang *representative* menurut Hair et al (2010) adalah tergantung pada jumlah pernyataan dikali 5. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah :

Sampel = Jumlah pernyataan x 5

 = 30 x 5

 = 150

Berdasarkan pertimbangan diatas yang didapat untuk sampel menggunakan 150 responden.

Dalam penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling*  yaitu menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu penarikan sampel dengan kriteria tertentu. Adapun pertimbangan tersebut adalah :

1. Usia 17-45 tahun baik laki-laki maupun perempuan karena kategori remaja sampai dewasa akhir.

Usia : [ ] 17-25 tahun [ ] 26-35 tahun [ ] 36-45 tahun

1. Minimal sudah melakukan pembelian 2x
	1. **Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel adalah kepuasan konsumen Lazada di Bandar Lampung.

* 1. **Operasional Variabel**

**Tabel 3.2**

**Operasional Variabel**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Variabel  | Definisi Konsep | Definisi Operasional  | Indikator  | Skala  |
| Kepuasaan Konsumen | Kepuasaan konsumen adalah perasaan senang/kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya. (Fandy Tjiptono (2015:146)) | Hasil evaluasi antara harapan dan kinerja yang dirasakan atas kepuasaan konsumen Lazada. | * *Reliabilty*
* *Responsiveness*
* *Ease of Use*
* *Privasi*
* *Information*
* *Aesthetics*

 (Menurut Bimby 2016) | Interval  |

* 1. **Uji Persyaratan Instrumen**
		1. **Uji Validitas**

Uji validitas adalah uji instrument untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Uji yang digunakan *Korelasi* *Product Momen SPSS* versi 20.0.

Langkah-langkah uji hipotesis :

1. Hipotesis

Ho : Kuesioner valid

Ha : Kuesioner tidak valid

1. Kriteria Pengambilan Keputusan

Sig < Alpha : Instrumen Valid

Sig > Alpha : Instrumen Tidak Valid

1. Penjelasan dan kesimpulan

Jika nilai sig < alpha maka Ho ditolak dan Ha diterima

Jika nilai sig > alpha maka Ho diterima dan Ha ditolak

* + 1. **Uji Reliabilitas**

 Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur ketepatan suatu ukuran ataupun alat pengukur kehandalan. Pada penelitian ini uji reliabilitas instrumen dilakukan dengan *internal consistensy* dengan teknik *coeficient alpha* yaitu mengukur dua atau lebih konsep yang sama pada waktu yang bersamaan.

 Langkah-langkah uji reliabilitas :

1. Prosedur pengujian

Ho : Instrumen dinyatakan relibel

Ha : Instrumen dinyatakan tidak relibel

1. Kriteria pengambilan keputusan

Jika nilai alpha > 0,60 dinyatakan reliabel

Jika nilai alpha < 0,60 dinyatakan tidak reliabel

(Menurut Nunnally dalam Ghozali, 2011)

* 1. **Metode Analisis Data**
		1. ***Customer Satisfaction Index* (CSI)**

*Customer Satisfaction Index (CSI)* merupakan indeks untuk menentukan tingkat kepuasaan konsumen secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut yang diukur. *Customer Satisfaction Index (CSI)* digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasaan konsumen secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk/jasa.

Adapun cara untuk mengukur indeks ini dilakukan melalaui 4 (empat) tahap. Langkah perhitungan CSI yaitu :

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

 Dimana :

 n = Jumlah Responden

Yi = Skor *item Importance*

Xi = Skor *item Performance*

1. Membuat *Weight Factors* (WF)

WF adalah persentase nilai *Mean Importance Score* (MIS) per *item*  terhadap total *Mean Importance Score* (MIS) keseluruhan.

Dimana :

p = Skor *item* total

1. Membuat *Weight Score*  (WS)

WF adalah perkalian *Weight Factor* (WF) dan *Mean Satisfaction Score* (MIS) keseluruhan.

WSi = WFi X MSSi

1. Menentukan *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Dimana :

p = Atribut Kepentingan ke p

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

Kriteria indeks kepuasaan menggunakan kisaran 0,00 hingga 1,00 (tidak puas hingga sangat puas), yang dapat dilihat dari tabel berikut :

**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)**

* + 1. ***Importance Performance Analysis* (IPA)**

Metode IPA bertujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas layanan yang dikenal dengan *Quadrant Analysis*. Dengan menggunakan metode IPA perusahaan dapat mengetahui tingkat kepuasaan konsumen, serta hal-hal apa saja yang perlu diperbaiki dan dipertahankan atas pelayanan yang telah diberikan, sehingga menjadi dasar untuk meningkatkan kepuasaan konsumen.

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

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

Rumus :

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.

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

Rumus :

 dan

 Keterangan :

 = Skala rata-rata tingkat kepuasaan kinerja

 = Skala rata-rata tingkat kepentingan

n = Jumlah responden

1. Membagi diagram cartesius menjadi 4 bagian dengan cara menghitung rata-rata dari skala tingkat kepuasaan dan tingkat kepentingan. Untuk menegetahui posisi responden, maka digunakan diagram cartesius. Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut :
2. Langkah pertama : Mencari skala rata-rata tingkat kualitas layanan

 Rumus :

Keterangan :

 = Skala rata-rata pada tingkat kualitas layanan

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

xi = Jumlah seluruh variabel-variabel yang mewakili masing-masing dimensi

 = Jumlah Responden

1. Langkah Kedua

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

Keterangan :

 = Skala rata-rata pada tingkat kepentingan

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

yi = Jumlah seluruh variabel-variabel yang mewakili masing-masing dimensi

 = Jumlah Responden

1. Langkah Ketiga

Untuk mengetahui posisi responden dalam diagram kartesius

Rumus :

dan

Keterangan :

K = Banyaknya variabel yang dapat mempengaruhi kepuasaan konsumen

 = Rata – rata dari skala tingkat kualitas pelayanan

 = Rata – rata dari skala rata – rata tingkat kepentingan/ harapan konsumen

 = Jumlah rata-rata tingkat kualitas layanan

 = Jumlah dari skala rata-rata tingkat kepentingan / harapan konsumen

Analisis kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja pelanggan yang dilakukan dengan membuat diagram cartesius. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan.

**Tabel 3.4 Diagram Kartesius**

(Y)

K

E  Kuadran IKuadran II

P  *(*Prioritas Utama) (Pertahankan Prestasi)

E

N

T Kuadran III Kuadran IV

I (Prioritas Rendah) (Berlebihan)

N

G

N

Persepsi Kinerja/Kenyataan (X)

Diagram kartesius dari 4 (empat) bagian atau kuadran yaitu pada kuadran pertama menunjukkan prioritas utama, kedua menunjukkan pertahankan prestasi, ketiga menunjukkan prioritas pelayanan masih rendah, dan keempat prioritas pelayanan berlebihan. Kedudukan posisi titik koordinat tersebut akan menunjukkan hubungan antara tingkat kepuasaan (kenyataan yang diperoleh) dengan harapan (tingkat kepentingan).

Keterangan :

**Kuadran I (Prioritas Utama)**

Kuadran ini memuat atribut-atribut/pernyataan yang dianggap penting oleh pengunjung tetapi pada kenyataannya atribut-atribut/ pernyataan tersebut belum sesuai dengan harapan konsumen. Tingkat kinerja dari atribut/pernyataan tersebut lebih rendah daripada tingkat harapan konsumen terhadap atribut/pernyataan tersebut. Atribut-atribut/pernyataan yang terdapat dalam kuadran ini harus lebih ditingkatkan lagi kinerjanya agar dapat memuaskan konsumen.

**Kuadran II (Pertahankan Prestasi)**

Atribut/pernyataan ini memiliki tingkat harapan dan kinerja yang tinggi. Hal ini menunjukan bahwa atribut/pernyataan tersebut penting dan memiliki kinerja yang tinggi. Dan wajib dipertahankan untuk waktu selanjutnya karena dianggap sangat penting/diharapkan dan hasilnya sangat memuaskan.

**Kuadran III (Prioritas Rendah)**

Atribut/pernyataan yang terdapat dalam kuadran ini dianggap kurang penting oleh konsumen dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa/biasa saja. Maksudnya atribut-atribut/pernyataan yang terdapat dalam  kuadran ini memiliki tingkat kepentingan/harapan  yang rendah dan kinerjanya juga dinilai kurang baik oleh konsumen.  Perbaikan terhadap atribut/pernyataan yang masuk dalam kuadran ini perlu dipertimbangkan kembali dengan melihat atribut/pernyataan yang mempunyai pengaruh terhadap manfaat yang dirasakan oleh konsumen itu besar atau kecil dan juga untuk mencegah atribut/pernyataan tersebut bergeser ke kuadran I.

**Kuadran IV (Berlebihan)**

Kuadran ini atribut-atribut/pernyataan ini memiliki tingkat harapan rendah menurut konsumen akan tetapi memiliki kinerja yang baik, sehingga dianggap berlebihan oleh konsumen. Hal ini menunjukan bahwa atribut/pernyataan yang mempengaruhi kepuasan konsumen dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini dikarenakan pelanggan menganggap tidak terlalu penting/kurang diharapkan terhadap adanya atribut/pernyataan tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik sekali.