

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah untuk menganalisis data dengan cara mendiskripsikan atau menggambar kan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau bergeneralisasi (Sugiyono, 2015). Penelitian ini bertujuan bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen pelayanan jasa pengiriman barang di Bandar Lampung.

3.2 Sumber Data

3.2.1 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 konsumen jasa pelayanan pengiriman barang di Bandar Lampung.

3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen antara lain: jurnal, buku (Sugiyono, 2016). Data *Top Brand Indeks fase 2* jasa pengiriman barang.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

3.3.1 Kuesioner

Teknik pengumpulan data melalui kuisisioner yaitu tabel pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2015). Pengumpulan data dengan cara memberikan daftar pertanyaan

atau pernyataan kepada responden konsumen pelayanan jasa pengantar barang di Bandar Lampung.

Tabel 3.1
Perhitungan menggunakan tipe Interval

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

3.4 Populasi dan Sampel

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 pengiriman barang JNE, J&T dan TIKI indonesia di Bandar Lampung.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi tertentu yang menjadi pusat perhatian (Sugiyono, 2016) . Teknik Pengambilan sampel yang di gunakan dalam penelitian ini adalah non probability sampling kuota yaitu 30 jumlah sampel data penelitian ini ditentukan dengan jumlah sampel 100 Orang.

Adapun Keterangan yang ditentukan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

Pertimbangan dalam penentuan responden pada penelitian ini meliputi :

1. Usia > 17 Tahun
2. Konsumen yang sudah memakai tiga (3) perusahaan jasa pengiriman barang, yaitu J&T, JNE, dan PT TIKI.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Oprasional variabel adalah menguraikan variabel secara oprasional menurut peneliti dengan tetap mengacu pada definisi konseptual dan di sertai indikator - indikator variabel, termasuk skalanya (Sugiyono, 2016). Berikut definisi oprasional dalam penelitian ini :

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Definisi konsep	Indikator	Skala
Kepuasan konsumen.	Kepuasan konsumen adalah sejauh mana suatu produk barang dan jasa dipersepsikan kinerja sesuai dengan harapan konsumen, (Kotler dan Armstrong, 2015).	Perasaan senang atau kecewa setelah membandingkan kinerja dan harapan pada saat menggunakan jasa pengiriman barang.	<i>Tangible</i> (Bukti Langsung) <hr/> <i>Reliability</i> (Keandalan) <hr/> <i>Resvonsiveness</i> (Daya tangkap) <hr/> <i>Assuranance</i> (Jaminan) <hr/> <i>Empathy</i> (Kepedulian)	Interval

3.6. Uji persyaratan instrumen

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. (Sugiyono , 2016)

jika $\text{sig} > \alpha (0,05)$ maka data terdistribusi valid

jika $\text{sig} > \alpha (0,05)$ maka data terdistribusi tidak valid

cara menganalisi data dari satu kali hasil pengujian dengan menggunakan program SPSS (*Statistical program and service solution*)

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 pengukuran nya harus reliabel dalam artian harus memiliki tingkat konsistensi dan kemantapan walaupun alat ukur tersebut digunakan berkali-kali dan hasil nya juga akan serupa. (Sugiono, 2016). Pengujian reliabilitas pada penelitian ini menggunakan tabel Interpretasi Nilai r. Berikut tabel Interpretasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi.

Tabel 3.3
Interprestasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi

Koefisien r	Reliabilitas
0.8000 – 1.0000	Sangat Tinggi
0.6000 – 0.7999	Tinggi
0.4000 – 0.5999	Sedang/Cukup
0.2000 – 0.3999	Rendah
0.0000 – 0.1999	Sangat Rendah

Sumber : Sugiyono (2016)

1.7 Metode Analisis Data

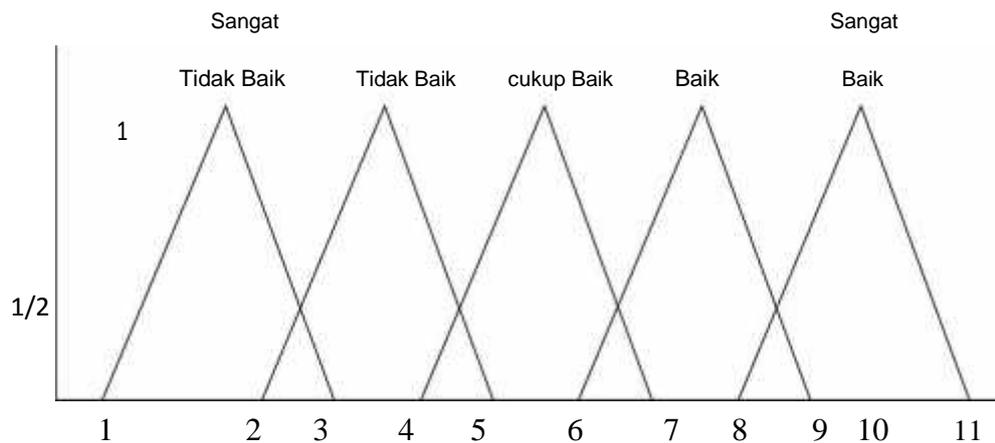
Konsep penilaian Fuzzy merupakan suatu konsep penilaian dimana dalam menentukan tingkat kinerja dan harapan konsumen, karena range nilai yang digunakan pada Fuzzy sebagai penghubung antara perkira-kiraan seseorang dengan data yang akan diolah. Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Zadeh yang dikembangkan untuk menyelesaikan problem dimana deskripsi aktivitas, penelitian, dan penilaian bersifat subyektif, tidak pasti, dan tidak tepat.

Penelitian ini mencoba menggabungkan antara Servqual dan Fuzzy dengan harapan dapat menangkap subyektifitas yang terjadi pada saat mengumpulkan data melalui pengisian kuesioner. Hasil yang didapatkan akan digunakan untuk mengetahui apakah pelayanan jasa swalayan yang diberikan pihak manajemen selama ini telah memenuhi harapan atau keinginan para pelanggan. Hal ini akan tercipta kualitas pelayanan yang lebih baik dimasa yang akan datang. Selain itu juga kemampuannya untuk dapat mengetahui variabel-variabel yang harus diperhatikan untuk ditingkatkan berdasarkan nilai potensial kepuasan konsumen dalam perbaikan pelayanan kepada pelanggan lebih terfokus sehingga kepuasan pelanggan dapat tercapai dengan baik dengan tahapan perhitungan fuzzy servqual sebagai berikut:

1. Mengintegrasikan *Fuzzy-Servqual*

Penentuan *fuzzy* set dilakukan untuk menentukan skor yang harus diberikan oleh responden untuk setiap kriteria yang diajukan dalam kuesioner baik variabel persepsi maupun variabel ekspektasi. Tahapan penentuan dilakukan pada gambar berikut :

$\mu_m(X)$



Penentuan skor dilakukan dengan penentuan bobot (skor) untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan dari perhitungan nilai *fuzzyfikasi* adalah sebagai berikut:

- a. Katagori 1 = Sangat Tidak Baik dengan skor 1,2,3,4
(meliputi jawaban kuesioner Kepentingan / Kinerja yaitu Sangat Tidak Penting / Sangat Tidak Setuju).
- b. Katagori 2 = Tidak Baik dengan skor 3,4,5,6
(meliputi jawaban kuesioner Kepentingan / Kinerja yaitu Tidak Penting / Tidak Setuju).
- c. Katagori 3 = Cukup Baik dengan skor 5,6,7,8
(meliputi jawaban kuesioner Kepentingan / Kinerja yaitu Biasa / Netral).
- d. Katagori 4 = Baik dengan skor 7,8,9,10
(meliputi jawaban kuesioner Kepentingan / Kinerja yaitu Penting / Setuju).
- e. Katagori 5 = Sangat Baik dengan skor 9,10,11,12
(meliputi jawaban kuesioner Kepentingan / Kinerja yaitu Sangat Penting / Sangat Setuju).

2. Perhitungan Nilai Fuzzyfikasi Kepentingan dan Kinerja

Perhitungan Nilai Fuzzyfikasi Persepsi dan Harapan Pelanggan digunakan untuk menghitung nilai fuzzyfikasi kuesioner persepsi pelanggan dengan menggunakan *software Ms. Excel*, dimana nilai fuzzyfikasi merupakan nilai rata-rata dari nilai c, a, b. Perhitungan nilai fuzzyfikasi data kuesioner dilakukan dengan rumus berikut:

$$\begin{aligned} \text{Batas bawah (c)} &= \frac{b_{i1} * n_1 + b_{i2} * n_2 + b_{i3} * n_3 + \dots + b_{i(k-1)} * n_k}{n_1 + n_2 + n_3 + \dots + n_k} \\ \text{Nilai tengah (a)} &= \frac{b_{i1} * n_1 + b_{i2} * n_2 + b_{i3} * n_3 + \dots + b_{ik} * n_k}{n_1 + n_2 + n_3 + \dots + n_k} \\ \text{Batas atas (b)} &= \frac{b_{i2} * n_1 + b_{i3} * n_2 + \dots + b_{ik} * n_{i(k-1)} + b_{ik} * n_k}{n_1 + n_2 + n_3 + \dots + n_{(k-1)} + n_k} \end{aligned}$$

Keterangan:

b = rata-rata nilai fuzzy set per tingkat Kepentingan dan Kinerja

n = jumlah responden per tingkat Kepentingan dan Kinerja

Setelah masing-masing kriteria didapatkan selisihnya, maka pada tahap selanjutnya adalah melakukan *defuzzyfikasi* untuk mendapatkan suatu nilai tunggal yang representatif dengan menggunakan *Arithmetic Mean* yang diformulasikan sebagai berikut.

$$\mu A \cap B = (\mu Ax + \mu B [y])/2$$

selanjutnya setelah didapatkan nilai hasil perhitungan *defuzzyfikasi* variabel persepsi dan harapan kemudian dilakukan perangkingan dari nilai tertinggi ke nilai yang terendah kedua variabel tersebut.

3. Perhitungan nilai *Servqual* (gap) per kriteria persepsi dan harapan

Hasil perhitungan nilai *servqual* (gap) persepsi dan harapan dari selisih tingkat persepsi dan harapan dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana perusahaan telah memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan pelanggannya.

4. Perhitungan nilai *Servqual* (gap) per dimensi persepsi dan harapan

Hasil perhitungan nilai *Servqual* (gap) per dimensi dari selisih tingkat persepsi dan harapan menunjukkan sampai sejauh mana pihak perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan pelanggannya. Peran gap per dimensi akan memberikan tingkat kepentingan seberapa jauh peran kelima dimensi tersebut dalam memberikan informasi tentang tingkat kualitas pelayanan.

5. Perhitungan nilai *Servqual* (gap) keseluruhan

Hasil perhitungan nilai *Servqual* (gap) secara keseluruhan dari selisih tingkat persepsi dan harapan menunjukkan sampai sejauh mana pihak perusahaan telah memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan pelanggannya. Peran gap keseluruhan akan memberikan informasi seberapa besar tingkat kepentingan dan seberapa jauh peran kriteria tersebut dalam tingkat kualitas pelayanan.

Nilai gap yang negatif menunjukkan bahwa kualitas layanan suatu kriteria kurang baik sehingga perlu ditingkatkan. Idealnya nilai gap sama dengan nol, dimana nilai kepentingan sama dengan kinerja, sehingga dapat dikatakan kepentingan sudah sesuai dengan kinerja yang mengindikasikan kriteria kualitas layanan. Untuk itu kriteria harus dipertahankan apabila nilai yang

diperoleh positif, berarti kepentingan melebihi kinerja. Semakin besar nilai negatif suatu gap, maka kriteria tersebut menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan kualitasnya (Parasuraman, et al, dalam Dwi dan Qurrota 2011).