

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif yaitu penelitian untuk mengetahui nilai variable mandiri, baik satu variable atau lebih (independent). Jadi penelitian ini peneliti tidak membuat perbandingan variable itu pada sampel yang lain, dan mencari hubungan variable itu dengan variable yang lain (Sugiyono, 2017: p.35). Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan kepuasan konsumen pada Go-Jek di Bandar Lampung.

3.2 Sumber Data

Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan studi deskriptif mengumpulkan data yang terdiri dari data primer dan sekunder.

3.2.1 Data Primer

Data primer data yang diperoleh dengan mengumpulkan langsung dari objek penelitian. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah jawaban kuesioner yang disebarakan kepada masyarakat Bandar Lampung yang menggunakan aplikasi Go-jek.

3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara atau diperoleh dan dicatat oleh pihak lain (Sugiyono, 2014: p.194). Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh secara tidak langsung dari dokumen penelitian sebelumnya, internet serta literature lain.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam rangka pengumpulan data yang diperlukan, ditempuh prosedur sebagai berikut:

1. Wawancara

Menurut Sugiono (2017,p.137) Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal – hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respomdennya kecil/seedikit.

2. Kuesioner

Kuesioner adalahteknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono,2017, p.142).Pengumpulan data dengan cara memberi pernyataan tertulis kepada responden atau pelanggan Go-Jek di Bandar Lampung. Dari setiap pertanyaan tersebut ditentukan skornya dengan menggunakan skala Interval. Model skala ini dilihat sebagai berikut :

Tabel 3.1

Penentuan Skor Tingkat Kinerja

Gradasi	Skor
Tidak Puas	1
Kurang Puas	2
Cukup Puas	3
Puas	4
Sangat Puas	5

Tabel 3.2

Penentuan Skor Tingkat Harapan

Gradasi	Skor
Tidak Mengharapkan	5
Kurang Mengharapkan	4
Cukup Mengharapkan	3
Mengharapkan	2
Sangat Mengharapkan	1

3.4 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh objek itu, Sugiyono (2017, p.80). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Go-Jek di Bandar Lampung.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2017, p.81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi dengan kata lain sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi.

Metode penelitian ini menggunakan metode non *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk

dipilih menjadi sampel. Teknik yang digunakan yaitu *sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan sampel yaitu pengguna aplikasi Go-Jek laki – laki dan perempuan yang telah menggunakan lebih dari 3 kali dan usia 17– 40 tahun.

Untuk menentukan jumlah populasi yang belum diketahui dikarenakan jumlah konsumen pengguna Go-Jek di Bandar Lampung sangat banyak, maka populasi dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

Z = Score pada tingkat signifikansi tertentu (derajat keyakinan ditentukan 95%) maka Z = 1,96.

Moe = Margin of eror, tingkat kesalahan maksimum adalah 10% = 0,1.

Dengan menggunakan rumus diatas maka hasil sampel yang didapat adalah :

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 namun dibulatkan menjadi 100 responden.

3.5 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2017, p.38) variable penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel penelitian ini adalah kepuasan pelanggan pada transportasi online Go-Jek di Bandar Lampung.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.3

Operasional Variabel

Variable	Konsep Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Kepuasan pelanggan	Perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karna membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspetasi mereka. (Kotler 2009:138)	Kepuasan pelanggan adalah kepuasan kossumen yng disebabkan oleh kinerja driver dan tanggapan pelanggan setelah menggunakan jasa Go-Jek	- Harga - Kualitas Produk atau Jasa - Kualitas pelayanan - Faktor emosional - Kemudahan	Pengukuran Interval

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Rambat Lupyioadi dan Ikhsan (2015, p.36), Validitas adalah alat ukur yang digunakan dalam pengukuran yang dapat digunakan untuk melihat tidak adanya perbedaan antara data yang didapat oleh peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Sesuatu instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah. Pengujian validitas dilakukan dengan menghitung korelasi diantara masing - masing pernyataan dengan skor total.

Prosedur pengujian :

1. Hipotesis :

H₀ : Instrumen dinyatakan tidak valid

H₁ : Instrumen dinyatakan valid

2. Bila probabilitas (sig) < α maka instrumen valid

Bila probabilitas (sig) > α maka instrumen tidak valid

3. penjelasan dan kesimpulan jika nilai sig < α maka H₀ ditolak dan H₁ diterima maka akan disimpulkan instrument tersebut dinyatakan valid begitupun sebaliknya.

4. Pengujian validitas instrument dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 20.0*).

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Rambat Lupiyoadi (2015, p.54) Reliabilitas adalah suatu indikator yang cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data yang menunjuk pada tingkat keterandalan. Fungsi

dari uji Reliabilitas adalah mengetahui sejauh mana konsistensi alat ukur untuk dapat memberikan hasil yang sama dalam mengukur hal dan subjek yang sama. Hasil penelitian yang reliabel bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda, instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama, uji reliabilitas kuesioner menggunakan metode Alpha Cronbach.

Reliabel artinya konsisten atau stabil, suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila hasil alat ukur tersebut konsisten sehingga dapat dipercaya. Uji reliabilitas pada penelitian ini, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 20.0. Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai r alpha indeks korelasi dapat dilihat pada tabel 3.7.

Tabel 3.7

Interpretasi Nilai r

Nilai Korelasi	Keterangan
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

3.8 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis statistik deskriptif. Menurut Sugiyono (2017, p.147) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul

sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi..

3.8.1 Metode IPA

Menurut Ruhimat (2008), metode *Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan suatu teknik penerapan yang mudah untuk mengatur atribut dari tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaan itu sendiri yang berguna untuk pengembangan program pemasaran yang efektif.

Tahap pertama dalam Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) adalah menentukan tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja kualitas atribut-atribut yang diteliti melalui perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan. Rumus tingkat kesesuaian yang digunakan adalah (Santoso, 2011) :

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan :

Tki = tingkat kesesuaian

Xi = skor penilaian kinerja

Yi = skor penilaian kepentingan

Tabel 3.8.1

Interpretasi Tingkat Kesesuaian

Interval	Klasifikasi
95%-100%	Sangat Baik
85%-94%	Baik
70%-84%	Cukup Baik
<70%	Tidak Baik

Sumber: Rambat Lupiyoadi, dan Ridho Bramulya Ikhsan (2015)

Tahap kedua adalah menghitung rata-rata untuk setiap atribut yang dipersepsikan oleh konsumen, dengan rumus :

$$XI = \frac{\sum Xi}{n} \quad YI = \frac{\sum Yi}{n} \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan :

XI = Skor rata-rata tingkat kinerja produk

YI = Skor rata-rata tingkat kepentingan terhadap produk

n = Jumlah responden

Selanjutnya dihitung rata-rata seluruh atribut tingkat kepentingan(Y) dan kinerja (X) yang menjadi batas dalam diagram kartesius, dengan rumus :

$$X = \frac{\sum Xi}{k} \quad Y = \frac{\sum Yi}{k} \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan :

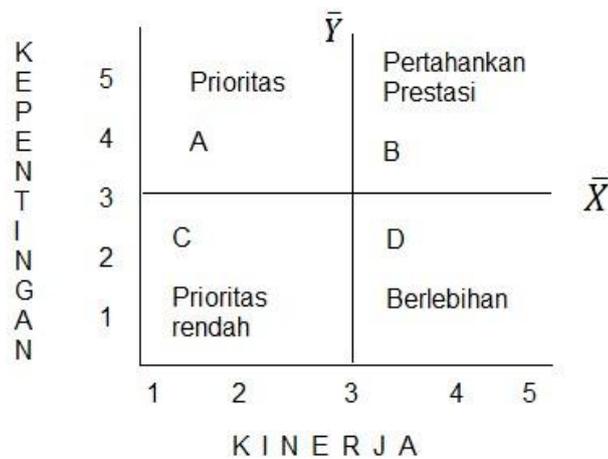
\bar{X} = rata-rata skor tingkat kinerja produk seluruh faktor atau atribut.

\bar{Y} =rata-rata tingkat kepentingan seluruh atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

K = banyaknya atribut yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Tahapan terakhir yaitu penjabaran tiap atribut dalam diagram kartesius seperti terlihat pada Gambar 3.1.

Diagram Kartesius



Gambar 3.1

Keterangan :

1. Kuadran A menunjukkan variabel yang dianggap mempengaruhi kepuasan mahasiswa dan dianggap sangat penting tetapi perusahaan belum dapat melaksanakan sesuai keinginan mahasiswa.

2. Kuadran B menunjukkan variabel yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankan. Dianggap sangat penting untuk memuaskan mahasiswa.
3. Kuadran C menunjukkan variabel yang dianggap kurang penting dan kurang memuaskan mahasiswa.
4. Kuadran D menunjukkan variabel yang memuaskan. Tetapi pelaksanaan terlalu berlebihan kurang penting oleh mahasiswa.

3.8.2 Metode CSI

Menurut Suryawan dan Dharmayanti (2013), Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen sekaligus memperoleh informasi yang berhubungan dengan dimensi/atribut yang perlu diperbaiki.

Cara-cara untuk melakukan analisis CSI adalah sebagai berikut :

a. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS)

MIS merupakan nilai rata-rata tingkat harapan responden dari tiap variabel atau atribut yang dapat dihitung menggunakan rumus:

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

Keterangan :

n : Jumlah responden

Y_i : harapan atribut ke i

b. Menentukan Mean Satisfaction Score (MSS)

MSS merupakan nilai rata-rata tingkat kinerja yang dirasakan responden tiap variabel atau atribut, yang dapat dihitung menggunakan rumus:

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

Keterangan:

n :Jumlah Responden

X_i :Nilai kinerja atribut ke-i

c. Menentukan Weight Factor (WF)

Menentukan *Weight Factor* (WF), skor ini merupakan presentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut dengan menggunakan rumus:

$$(1). \sum_{i=1}^n MIS_i = MIS_1 + MIS_2 + MIS_3 + \dots + MIS_{25}$$

$$(2). WF = \frac{MIS}{\sum_{i=1}^p MIS_i}$$

Keterangan:

P :jumlah atribut kepentingan (k=25)

i :atribut pelayanan ke-i

d. Menentukan *Weight Score* (WS)

Menentukan *Weight Score* (WS), skor ini merupakan perkalian antara *Weight Factor* (WF) dengan rata-rata tingkat kenyataan pelayanan yang dirasakan responden sebagai *Mean Satisfaction Score* (MSS) dengan menggunakan rumus:

$$WS_i = WFi \times MSS_i$$

Keterangan:

i : Atribut pelayanan

e. Menentukan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Skala kepuasan konsumen yang umum dipakai dalam interpretasi indeks adalah skala nol (0) sampai satu (1) atau nol (0) sampai seratus dengan menggunakan rumus:

$$\sum_{i=1}^n WS_i = WS_1 + WS_2 + WS_3 + \dots + WS_{25}$$

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^n WS_i}{HS} \times 100\%$$

Nilai CSI dalam penelitian ini dibagi menjadi lima (5) kategori mulai dari tidak puas sampai dengan sangat puas.

Perhitungan rentang skala:

$$RS = \frac{m - n}{b}$$

Keterangan:

m : skor tertinggi

n : Skor terendah

b : jumlah kelas

Tabel 3.8.2

Kriteria Nilai Indeks Kepuasan Pelanggan

No.	Nilai Indeks	Keterangan
1	>84%	Sangat Puas
2	68%-83%	Puas
3	52%-67%	Cukup Puas
4	36%-51%	Kurang Puas
5	<35%	Tidak Puas

