

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian ini dilakukan dengan metode Kuantitatif. Penelitian Kuantitatif adalah salah satu metode penelitian yang sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas dari awal hingga pembuatan penelitiannya. Metode Penelitian Kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang beralaskan pada filsafat *positivisme*, dan dipergunakan untuk tujuan meneliti pada populasi atau sampel tertentu. (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RnD, 2013).

Pengertian Penelitian Kuantitatif adalah sebuah proses menemukan ilmu atau pengetahuan dengan menggunakan data dalam bentuk angka sebagai alat ukur menentukan keterangan dari apa yang ingin diketahui (D, 2013).

#### **B. Obyek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Agen PT. Wahana Prestasi Logistik di Jalan Biru Laut Barat, Kelapa Gading Timur, Kelapa Gading, Jakarta Utara.

### **C. Populasi dan Sampling**

#### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditentukan untuk dipelajari terlebih dahulu baru setelah itu ditarik kesimpulan (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RnD, 2013). Populasi pada penelitian ini yaitu pelanggan yang pernah menggunakan jasa Wahana periode bulan Januari – Februari 2021.

dipelajari terlebih dahulu baru setelah itu ditarik kesimpulan (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RnD, 2013). Populasi pada penelitian ini yaitu pelanggan yang pernah menggunakan jasa Wahana periode bulan Januari – Februari 2021.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian tertentu yang dipilih dari populasi. (Silalahi, 2012). Sampel juga berarti perwakilan dari populasi yang hendak diteliti oleh penulis. Dan keuntungan dari penggunaan sampel adalah mempermudah pada saat proses penelitian, dan mengurangi kemungkinan keterlewatan pada penelitian. (Arikunto, 2006). Sampel dapat menghemat waktu pada proses penelitian sebab tidak perlu seluruh populasi yang diteliti. Dengan keterbatasan dalam penelitian ini maka sampel yang diambil oleh peneliti adalah beberapa pengguna jasa wahana yang ditemui ketika berada di lokasi penelitian.

## 3. Teknik Sampling

Teknik penarikan *sampling* yang digunakan adalah *accidental sampling* yaitu dengan memilih siapa yang dijumpai dan kebetulan bertemu di lokasi penelitian. Adapun kriteria yang diajukan sampel adalah para pelanggan PT. Wahana Prestasi Logistik (Astianti, 2018).

## D. Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, penulis menggunakan cara pengumpulan data sebagai berikut:

### 1. Kuesioner

Jenis metode pertama yang digunakan penulis untuk pengumpulan data adalah dengan kuesioner. Kuesioner adalah sebuah teknik pengumpulan data dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan kepada responden,

setelah itu akan dijawab oleh responden. (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RnD, 2017). Untuk menilai kualitas pelayanan perusahaan Wahana, penulis membagikan kuesioner yang nantinya akan diisi oleh para pengguna jasa pengiriman barang PT. Wahana Prestasi Logistik. Kuesioner yang dibagikan akan berkenaan dengan harapan dan persepsi pelanggan terhadap 5 dimensi pelayanan yaitu; *tangibility*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*. Metode pengukuran nilai dalam kuesioner menggunakan skala pengukuran ordinal sebagai berikut:

**TABEL 1**  
**SKALA PENGUKURAN**

<b>Tingkat Kepentingan Pelanggan (Importance)</b>	<b>Tingkat Persepsi Pelanggan (Performance)</b>
5= Sangat Penting	5= Sangat Setuju
4= Penting	4= Setuju
3= Cukup Penting	3= Cukup Setuju
2= Kurang Penting	2= Kurang Setuju
1= Sangat Tidak Penting	1= Sangat Tidak Setuju

## 2. Studi Kepustakaan

Metode selanjutnya yang dipergunakan oleh penulis yaitu dengan menggunakan studi Pustaka yang merupakan sebuah teknik *collecting data* dengan buku, catatan, *report*, maupun literatur penulisan yang

bersangkutan ataupun berhubungan dengan masalah yang ingin dipecahkan oleh penulis. (Nazir, 2013) Penulis menggunakan teknik ini karena membutuhkan masukan dari literature terkait maupun hasil dari penelitian yang sudah dilakukan terlebih dahulu. Sumber dari studi kepustakaan tersebut diambil dari jurnal, literatur, buku, maupun hasil penelitian.

**E. Definisi Operasional Variabel**

**TABEL 2**  
**DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL**

<b>VARIABEL</b>	<b>SUB-VARIABEL</b>	<b>DIMENSI</b>	<b>INDIKATOR</b>	<b>KODE ITEM</b>
<b>KUALITAS PELAYANN</b>	<b>TANGIBILITY</b>	Peralatan yang digunakan	Penggunaan peralatan yang canggih	Q1
		Fasilitas Fisik yang memadai	Fasilitas kantor yang memadai	Q2
		Penampilan karyawan yang rapih dan menarik	Karyawan yang bertugas berpenampilan rapih.	Q3
	<b>EMPATHY</b>	Perhatian perusahaan kepada konsumen	Karyawan melayani pelanggan dengan ramah.	Q4
		Pemahaman kebutuhan pelanggan	Karyawan menanyakan kepada pelanggan untuk penggunaan fragile tag	Q5
	<b>RELIABILITY</b>	Penyediaan jasa yang tepat waktu	Pengiriman barang yang tepat waktu	Q6

**TABEL 3****DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL (LANJUTAN)**

<b>VARIABEL</b>	<b>SUB-VARIABEL</b>	<b>DIMENSI</b>	<b>INDIKATOR</b>	<b>KODE ITEM</b>
<b>KUALITAS PELAYANN</b>	<b><i>RELIABILITY</i></b>	Dapat diandalkan untuk penanganan masalah	Karyawan dapat diandalkan bila terjadi masalah.	Q7
		Barang diterima dengan baik	Barang sampai ke konsumen dalam kondisi baik dan tidak terjadi kerusakan.	Q8
	<b><i>RESPONSIVENESS</i></b>	Kecepatan perusahaan dalam memberikan informasi	Karyawan memberikan informasi yang mendetail tentang tracking barang dan estimasi pengiriman	Q9
		Kemauan untuk membantu pelanggan	Karyawan sangat membantu dalam seluruh proses pengiriman.	Q10

**TABEL 4**  
**DEFINISI OPERSIONAL VARIABEL (LANJUTAN 2)**

<b>VARIABEL</b>	<b>SUB-VARIABEL</b>	<b>DIMENSI</b>	<b>INDIKATOR</b>	<b>KODE ITEM</b>
<b>KUALITAS PELAYANN</b>	<i>ASSURANCE</i>	Memiliki Pengetahuan yang penuh mengenai jasa yang ditawarkan	Karyawan memahami tentang jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.	Q11
		Komitmen Karyawan	Karyawan berkomitmen memberikan pelayanan terbaik	Q12

**F. Analisis Data**

Pada analisis data, penulis mempergunakan teknik analisis deskriptif. Teknik analisis deskriptif adalah sebuah teknik dalam meneliti pada sekelompok manusia, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, atau peristiwa yang berkaitan dengan kondisi saat ini, dan memiliki tujuan untuk menjelaskan secara deskriptif atau menggambarannya secara sistematis, terbaru, dan secara akurat (Nazir, 2013). Teknik analisis dapat dipergunakan untuk menjelaskan berbagai masalah serta tujuan.

Untuk mengulas masalah dan menjawab seluruh rumusan masalah pada penelitian ini, penulis menggunakan metode *Importance Performance Analysis*. Metode ini untuk mengukur keterkaitan antara persepsi dari konsumen dengan prioritas dalam peningkatan kualitas produk atau jasa. (Bramulya, 2015). Metode

ini juga diteliti oleh Kotler dalam tulisannya yang berjudul “*Importance Performance Analysis*” dan disebarluaskan melalui *Journal of Marketing*. Teknik ini dipergunakan bagi responden untuk menaksir tingkat kepentingan bermacam atribut yang relevan dan tingkat kinerja perusahaan. (Bramulya, 2015). Analisis Importance Performance dijelaskan pada gambar diagram kartesius dan dibagi menjadi 4 bagian yang juga dibatasi dengan dua garis saling berpotongan pada titik X dan Y.

Selanjutnya, untuk pengukuran rata-rata hasil data kelima dimensi kualitas pelayanan dengan menggunakan Skala Rentang sebagai berikut:

**TABEL 8**  
**SKALA RENTANG**

<b>Indikator Penilaian</b>	<b>Keterangan</b>
Sangat Penting - Sangat Setuju	4,21 – 5
Penting – Setuju	3,41 - 4,2
Cukup Penting - Cukup Setuju	2,61 - 3,4
Kurang Penting - Kurang Setuju	1,81 - 2,6
Sangat Tidak Penting - Sangat Tidak Setuju	1 - 1,8

Rumus yang dipergunakan adalah:

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Keterangan:

X = Skor rata-rata

Y : Skor rata-rata tingkat kepentingan/ekspektasi

n : Jumlah Responden

Berikut adalah diagram kartesius dalam *Importance Performance Analysis*

### GAMBAR 1

#### DIAGRAM KARTESIUS *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*



Gambar 1

Penjelasannya sebagai berikut:

#### 1. Kuadran I

Prioritas pada Kuadran I mengacu pada atribut-atribut yang mempunyai imbas bagi kepuasan pelanggan, termasuk elemen dari layanan yang dianggap sangat penting, tetapi manajemen belum sepenuhnya merealisasikan manfaatnya. Adapun akibatnya berupa kekecewaan pelanggan atau timbulnya rasa ketidakpuasan dari layanan yang ditawarkan. Pada Variabel di Kuadran ini akan

menjadi catatan bagi perusahaan Wahana dan perlu lebih ditingkatkan lagi kedepannya.

## 2. Kuadran II

Pada kuadran kedua ini adalah atribut pertahankan prestasi, yang mana dianggap penting dan sangat memuaskan bagi para pelanggan maka Wahana dapat mempertahankannya dikemudian hari. Variabelnya berupa hal-hal yang perlu dipertahankan karena hal inilah yang menjadi keunggulan bagi pelanggan yang memakai jasa pengiriman Wahana.

## 3. Kuadran III

Kuadran ketiga membahas tentang atribut prioritas rendah yang dianggap kurang penting pengaruhnya sehingga sebaiknya kinerja yang dilakukan yang biasa dan tidak perlu diberikan perhatian lebih karena tidak terlalu signifikan. Peningkatan di variable ini perlu diperhatikan namun tidak terlalu berdampak lebih kepada kepuasan pelanggan.

## 4. Kuadran IV

Kuadran keempat mengenai atribut pelayanan yang dianggap kurang penting atau bahkan atribut yang berlebihan bagi para pelanggan sehingga dapat menjadi evaluasi baru bagi perusahaan untuk menguranginya, agar perusahaan mungkin bisa mengurangi biaya operasional ataupun pengeluaran biaya yang berlebihan.

Saat pengukuran variable penelitian, penulis menggunakan skala ordinal. Skala nomer urut digunakan untuk memberikan informasi yang

berbobot untuk hasil atau jawaban. Setiap variabel penelitian diukur dengan alat ukur berupa kuesioner yang sesuai dengan pernyataan tipe Skala Likert. Pengukuran Skala Likert merupakan alat ukur yang digunakan dalam penelitian untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena ini sudah ditentukan terlebih dahulu oleh peneliti secara spesifik. Yang nantinya disebut sebagai variabel penelitian (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RnD, 2017).

Analisi data lain yang dilakukan juga menggunakan metode *Customer Journey Maps* (CJM). *Customer Journey Maps* adalah sebuah alat rancangan untuk membuat sebuah gambaran visual yang menjelaskan sebuah hubungan, interaksi, serta alur perjalanan pelanggan selama menggunakan, berkorelasi dengan produk atau layanan, atau dengan perusahaan terkait yang diteliti.

*Customer Journey* menggabungkan antara instrument bercerita (*storytelling*) dengan visual untuk membantu perusahaan akan paham kebutuhan pelanggan, dan kepuasan bagi pelanggan. *Customer Journey Maps* memiliki lima komponen utama yaitu, persona, timeline, channel, touchpoint, dan emotion. CJM atau *Customer Journey Maps* disebut-sebut sebagai salah satu metode yang efektif bagi perusahaan untuk mengatasi sulitnya menciptakan *Customer Experience* yang sempurna (Atanasarah, 2016).

## G. PENGUJIAN VALIDITAS DAN REABILITAS

Dalam penelitian ini alat ukur yang digunakan adalah kuesioner. Maka dari itu, Peneliti akan menguji alat ukur tersebut agar benar-benar dapat mengukur variabel yang ada (*valid*) serta dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten dan dapat dipercaya (*reliable*).

Penelitian ini memfungsikan metode kuesioner sebagai alat ukur perhitungan data, maka peneliti menguji dengan alat ukur tersebut agar tercapai nilai *valid*. Serta dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten dan dapat dipercaya atau *reliable*.

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau *valid* tidaknya suatu alat ukur, dalam hal ini adalah kuesioner. Menurut (Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS, 2018) suatu kuesioner dapat dikatakan *valid* jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengukur apa yang akan diukur. Uji validitas dapat dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus Korelasi dari Pearson, yaitu

Pengujian ini digunakan untuk menilai sah atau kevalidan tidaknya suatu alat ukur, yang penulis gunakan adalah kuesioner. Suatu kuesioner dapat dinilai keabsahan nya atau validitas nya bila seluruh pertanyaan tersebut bisa diukur. (Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS, 2018) Selain menggunakan aplikasi SPSS. Uji

Validitas juga dapat dilakukan dengan manual menggunakan rumus

Korelasi dari Pearson, yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{(n(\Sigma X^2) - (\Sigma X)^2)(n(\Sigma Y^2) - (\Sigma Y)^2)}}$$

Keterangan:

n : Banyak data

X : Nilai Skor dari suatu item instrument

Y : Total skor dari seluruh item instrument

Jika r yang dihitung pada perhitungan Pearson > r tabel, maka butir pertanyaan pada kuesioner tersebut dianggap *valid*, sebaliknya apabila r yang dihitung < r tabel maka akan dinyatakan tidak *valid*.

Penulis menganalisis dan menghitung menggunakan aplikasi SPSS untuk menilai kevalidan suatu kuesioner. Berdasarkan hasil dari aplikasi SPSS menggunakan perhitungan Pearson menjelaskan hasil sebagai berikut:

**TABEL 9**

**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS SPSS (EKSPEKTASI)**

<b>Nomor Butir Pertanyaan</b>	<b>rTabel</b>	<b>rHitung</b>	<b>Keterangan</b>
1	0,361	0.845	VALID
2	0,361	0.832	VALID
3	0,361	0.804	VALID
4	0,361	0.869	VALID
5	0,361	0.794	VALID

6	0,361	0.710	VALID
7	0,361	0.885	VALID
8	0,361	0.703	VALID
9	0,361	0.861	VALID
10	0,361	0.856	VALID
11	0,361	0.850	VALID
12	0,361	0.789	VALID

Sumber: *Penulis (2021)*

Berdasarkan hasil tabel diatas, seluruh pertanyaan dinyatakan valid sesuai dengan prinsip: Jika  $r$  yang dihitung pada perhitungan Pearson  $> r$  tabel, maka butir pertanyaan pada kuesioner tersebut dianggap *valid*, sebaliknya apabila  $r$  yang dihitung  $< r$  tabel maka akan dinyatakan tidak *valid*.

**TABEL 10**

**HASIL PENGUJIAN SPSS PERSEPSI**

Nomor Butir Pertanyaan	RTabel	rHitung	Keterangan
13	0,361	0.846	VALID
14	0,361	0.751	VALID
15	0,361	0.806	VALID
16	0,361	0.916	VALID
17	0,361	0.786	VALID
18	0,361	0.829	VALID
19	0,361	0.873	VALID
20	0,361	0.895	VALID
21	0,361	0.752	VALID
22	0,361	0.814	VALID
23	0,361	0.916	VALID
24	0,361	0.812	VALID

Sumber: *Penulis (2021)*.

Pada bagian tabel Persepsi, menunjukkan tingkat kevalidan yang sama dengan tabel Ekspektasi. Ini tanda nya, bahwa kedua aspek ini bisa dikatakan valid untuk dilanjutkan nanti nya untuk penyebaran kuesioner kepada populasi dan sampel yang dituju.

## 2. Uji Reabilitas

Uji Reabilitas adalah suatu alat pengukuran yang dapat dinilai memiliki reabilitas atau keandalan dan dapat di percaya apabila hasil pengukuran memakai alat ukur yang stabil dan konsistensi tinggi. (Silalahi, 2012). Alat ukur tersebut bila digunakan untuk mengukur lebih dari satu kali untuk menilai fenomena atau masalah yang sama dan hasil nya konsisten atau relatif sama, maka dapat dikatakan alat ukur tersebut *reliable*. Perhitungan Uji Reabilitas dilakukan dengan Rumus *Alpha Cronbach*:

$$\alpha = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\Sigma ab^2}{a_t^2} \right)$$

Keterangan:

$\alpha$  = Koefisien *Alpha Cronbach*

$k$  = Jumlah butir pertanyaan

$a_t^2$  = Jumlah varian butir

$\Sigma ab^2$  = Jumlah varian total

Dari rumus alpha tersebut, penulis menghitung menggunakan system aplikasi SPSS dan menghasilkan hasil uji reabilitas sebagai berikut:

**TABEL 11**  
**HASIL UJI REABILITAS SPSS**

CRONBACH ALPHA	EKSPEKTASI	PERSEPSI	KETERANGAN
0.60	0.952	0.954	REALIABLE

## H. JADWAL PENELITIAN

Penelitian ini akan dimulai pada tanggal 21 Mei 2021 – 2 Agustus 2021.

**TABEL 12**  
**JADWAL PENELITIAN**

NO	Bulan	Feb-21			Mar-21				Apr-21				MEI 21				Jun-21				Jul-21				AGU 21			
		2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Pra-Survei Lokasi Penelitian																											
2.	Penyusunan Proposal Penelitian																											
3.	Seminar Proposal Penelitian																											
4.	Revisi																											
5.	Observasi Lapangan																											
6.	Penyebaran kuesioner																											
7.	Pengolahan Data																											
8.	Persiapan sidang proyek akhir																											
9.	Sidang proyek akhir																											
10.	Revisi Laporan Akhir																											
11.	Laporan Rampung																											