

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif deskriptif . Menurut Azwar (2001:5) penelitian dengan pendekatan kuantitatif memfokuskan analisis pada data-data yang bersifat numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika. Menurut Arikunto (2013:28) penelitian kuantitatif memiliki kejelasan unsur, tujuan, pendekatan, sumber data, dan rincian.

#### B. Obyek Penelitian

Obyek dari penelitian ini yaitu kualitas pelayanan perjalanan *incentive tour* yang dilaksanakan di PT Interlink Tour and Travel Bandung. Berikut merupakan gambaran mengenai PT Interlink Tour and Travel Bandung yang menjadi lokus penelitian, yaitu sebagai berikut

##### 1. Profil Perusahaan

#### GAMBAR 5

#### LOGO PERUSAHAAN



Perusahaan jasa travel ini berdiri di Bandung pada tahun 2011 tanggal 7 Juli 1976 sebagai Perusahaan Interlink Limited Liability Limited (disingkat PT Interlink Co. LTD) atau lebih dikenal dengan Interlink Tours And Travels dengan nomor izin usaha Biro Perjalanan Umum: 121/D.2/BPU/IV/82 dan terdaftar dengan Nomor Pokok Wajib Pajak

(NPWP): 01.130.842.4.423.000.

Terdaftar juga sebagai anggota IATA (International Air Transport Association) dan ASITA (Asosiasi Biro Perjalanan Wisata Indonesia). Interlink berkantor pusat di Bandung dan memiliki Kantor cabang di Jakarta. Terletak di kawasan strategis di pusat kota dan mudah dijangkau.

Alamat : Jl. Ciliwung 18 Bandung 40114

Phone : 62 22 4235529

Email : [intlink@indo.net.id](mailto:intlink@indo.net.id)

Website : [www.interlink-tour.com](http://www.interlink-tour.com)

Jam Operasional : Senin -Jumat pukul 08.30 – 16.30

Sabtu pukul 08.30 - 13.00

Sebagai perusahaan yang sudah lama berdiri di industri jasa perjalanan, Interlink telah berkembang menjadi perusahaan yang dapat dipercaya dalam hal pemrosesan operasional perjalanan bisnis, perjalanan wisata, dan aktivitas lain baik individu dan kelompok dijalankan oleh layanan staf berpengalaman dengan minimal 2 tahun pengalaman dalam bidang biro perjalanan dan dapat berbahasa inggris dengan jumlah staff 30 orang.

Visi dari PT Interlink Tour and Travel Bandung sebagai perusahaan terpercaya dan terdepan sebagai biro perjalanan. Juga berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik dan berkembang serta bersaing secara sehat.

Misi dari PT Interlink Tour and Travel Bandung yaitu memberikan kepuasan pelayanan kepada pelanggan dengan mengutamakan keramahan dalam melayani setiap permintaan pelanggan. Juga memberikan pelayanan yang cepat dan profesionalisme. Menyediakan produk dan menyampaikan

informasi yang lengkap dan jelas sesuai dengan kebutuhan konsumen. Menyediakan kualitas produk dan harga yang bersaing. Selalu menjaga hubungan baik dengan konsumen.

## 2. Jasa Layanan Usaha

Sebagai perusahaan yang menyediakan layanan perjalanan PT Interlink Tours and Travel Bandung menyediakan

- a. Menyediakan tiket penerbangan
- b. Menyediakan Voucher Hotel
- c. Penjualan paket tour
- d. Menyediakan pembuatan paket tour berdasarkan permintaan
- e. Menyediakan wisata kapal pesiar (Cruise)
- f. Menangani *incentive tour*
- g. Menyediakan asuransi perjalanan
- h. Pengurusan dokumen perjalanan

## 3. Segmen Pasar

Adapun beberapa segmen pasarnya yaitu sebagai berikut,

- a. Pelajar
- b. Mahasiswa dan civitas akademika perguruan tinggi lokal dan nasional
- c. Instansi pemerintahan
- d. Perusahaan swasta lokal dan nasional
- e. Organisasi kemasyarakatan
- f. Masyarakat profesional
- g. Masyarakat umum

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Menurut Arikunto (2013:173) populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian. Jenis populasi dalam penelitian ini yaitu non probability dan yang akan menjadi populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan PT Interlink Tours and Travel Bandung yang pernah melakukan perjalanan *incentive tour* pada tahun 2022 sejumlah 120 konsumen.

### 2. Sampel

Penelitian ini sampel yang diambil dari populasi menggunakan Teknik *purposive sampling*. Sampel ini dilakukan dengan cara mengambil subjek penelitian dengan adanya tujuan tertentu (Arikunto,2013:183). Adapun kriteria sampel yang sesuai dengan penelitian ini yaitu :

- d. Berstatus sebagai pengguna jasa *incentive tour* di PT Interlink Tours and Travel Bandung
- e. Pernah melakukan perjalanan *incentive tour*
- f. Mengetahui layanan *incentive tour* di PT Interlink Tours and Travel Bandung

Jumlah sampel dari populasi dalam penelitian ini menggunakan bantuan perhitungan dari tabel yang dikembangkan oleh Isaac dan Michael berupa tabel sebagai berikut :

**TABEL 3**  
**TABEL ISAAC DAN MICHAEL**

N	s		
	1%	5%	10%
10	10	10	10
15	15	14	14
20	19	19	19
25	24	23	23
30	29	28	27
35	33	32	31
40	38	36	35
45	42	40	39
50	47	44	42
55	51	48	46
60	55	51	49
65	59	55	53
70	63	58	56
75	67	62	59
80	71	65	62
85	75	68	65
90	79	72	68
95	83	75	71
100	87	78	73
110	94	84	78
120	102	89	83
130	109	95	88

Sumber : Sugiyono, 2016

Berdasarkan tabel di atas, dengan pertimbangan taraf kesalahan sebesar 5% dengan jumlah populasi 120. Maka, sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 89 responden. Namun, peneliti membulatkan responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu menjadi 100 responden.

#### **D. Metode Pengumpulan Data**

##### **1. Kuesioner**

Salah satu metode yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data yaitu kuesioner. Kuesioner merupakan beberapa pertanyaan tertulis yang memang dipergunakan dapat memperoleh hasil informasi dari responden (Arikunto,2013:194). Untuk dapat menilai bagaimana kualitas pelayanan perusahaan PT Interlink Tours and Travel Bandung, penulis membagikan kuesioner yang akan diisi oleh para pelanggan jasa *incentive tour* di PT Interlink Tours and Travel Bandung.

Kuesioner yang dibagikan kepada pelanggan mengenai 5 dimensi dari kualitas pelayanan yaitu ; *reability*, *responsiveness*, *empathy*, *assurance*, dan *tangibility*.

## 2. Wawancara

Metode pengumpulan data yang digunakan selanjutnya yaitu wawancara dengan melakukan kegiatan wawancara kepada *Operation Manager* PT Interlink Tours and Travel Bandung. Wawancaranya berupa beberapa pertanyaan mengenai kualitas pelayanan yang diberikan karyawan terhadap pelanggan secara umum dan mengetahui dari sisi perusahaan. Wawancara yang digunakan yaitu tidak berstruktur sehingga wawancara menyesuaikan dengan kebutuhan dari penelitian ini dan dilakukan secara berkala. Wawancara juga dilakukan mulai dari pra survei untuk mengetahui lebih lanjut masalah kualitas pelayanan pada *incentive tour* di PT Interlink Tours and Travel Bandung.

## 3. Studi Pustaka

Metode selanjutnya yang digunakan oleh peneliti yaitu menggunakan studi pustaka. Studi pustaka adalah teknik pengumpulan informasi ilmiah, dapat berupa kajian teori, pendekatan dan metode peningkatan penelitian jurnal, catatan, dokumen, manuskrip, buku dan dokumen yang ada

## E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Tjiptono dan Chandra (2015) ada lima dimensi pokok dalam kualitas pelayanan yaitu :

1. Bukti fisik (*tangibles*), tentang daya tarik fisik lokasi, peralatan yang digunakan perusahaan dan penampilan karyawan.
2. Empati (*empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah pelanggannya dan bertindak sesuai dengan kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian pribadi dan jam buka yang nyaman kepada pelanggan.
3. Reliabilitas (*reliability*), yang mengacu pada kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang tepat tanpa gagal pertama kali dan memberikan layanan pada waktu yang disepakati.
4. Daya tanggap (*responsiveness*), sesuai dengan kemauan dan kemampuan karyawan untuk membantu para pelanggan dan menanggapi permintaan mereka, serta menginformasikan layanan yang akan diberikan dan memberikan pelayanan yang cepat.
5. Jaminan (*assurance*), yakni perilaku karyawan dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, dan perusahaan dapat menciptakan rasa aman pada pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa karyawan selalu sopan dan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan atau masalah pelanggan

**TABEL 4**  
**MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL**

Variabel	Sub-Variabel	Pernyataan	Kode Item
Kualitas Pelayanan	Tangible	Fasilitas transportasi lengkap dan bersih	Q1
		Fasilitas akomodasi yang dipilih lengkap dan bersih	Q2
		Restoran yang dipilih sesuai dengan konsumen	Q3
		Objek wisata memiliki sarana dan prasarana yang lengkap	Q4
		Staff berpenampilan rapi	Q5
	Empathy	Staff bersikap sabar dan ramah terhadap konsumen	Q6
		Staff memperhatikan kebutuhan konsumen	Q7
		Memberikan pelayanan dan perhatian khusus kepada konsumen yang membutuhkan (misal: sakit, lansia, balita, dan lain-lain)	Q8
	Responsiveness	Memberikan tanggapan sebaik mungkin terhadap keluhan konsumen	Q9
		Merespon permintaan konsumen dengan cepat	Q10
		Mampu memecahkan masalah selama perjalanan berlangsung	Q11
	Reliability	Konsumen mudah mendapatkan informasi	Q12
		Jasa yang disediakan sesuai dengan yang dijanjikan	Q13
		Jadwal perjalanan sesuai dengan yang disepakati	Q14
	Assurance	Informasi yang diberikan dapat dipercaya	Q15
		Staff bersikap profesional pada saat perjalanan	Q16
		Memberikan rasa aman selama perjalanan	Q17

#### **F. Analisis Data**

Cara menganalisa data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif. Menurut Nazir (2013) Teknik analisis deskriptif adalah teknik yang digunakan untuk mempelajari sekelompok orang, kondisi, sistem pemikiran atau peristiwa yang berkaitan dengan situasi saat ini dan bertujuan untuk menjelaskan atau menggambarkannya secara deskriptif atau sistematis, tepat waktu dan tepat waktu. dengan cara yang tepat.



Dalam mengukur informasi, penelitian ini menggunakan Skala Likert Menurut (Sugiyono, 2020), Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi tentang individu atau kelompok orang berdasarkan fenomena sosial. Skala Likert mengubah kuantitas terukur menjadi indeks variabel indikator. Variabel indikator digunakan sebagai titik awal untuk membangun instrumen yang dapat berisi pernyataan dan pertanyaan. Berikut merupakan jawaban dari data yang akan diberi skor:

**TABEL 5**  
**SKALA LIKERT**

Sangat setuju/selalu setuju	skor 5
Setuju	skor 4
Cukup	skor 3
Tidak setuju	skor 2
Sangat tidak setuju	skor 1

Di bawah ini perhitungan skor total maksimal dan minimal yang peneliti gunakan saat membuat polyline.

Maksimum: 5 x n x item pertanyaan

Minimal: 5 x n x item pertanyaan

Setelah didapatkan hasil pengukuran dengan menggunakan skala Likert, jarak diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$R = \frac{\text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum}}{\text{Kelas Interval}}$$

Data hasil kajian yang dianalisis diolah dalam program sistem komputer seperti SPSS dan Microsoft Excel, serta penyajian data dalam bentuk tabel dan persentase sesuai hasil kajian.

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur keabsahan atau validitas

suatu alat ukur (dalam hal ini adalah kuesioner). Menurut Ghozali (2018), sebuah kuesioner valid jika pertanyaan dari kuesioner tersebut dapat mengukur instrumennya.

Hal ini dikarenakan uji validitas dapat dilakukan secara manual dengan persamaan korelasi Pearson yaitu menilai validitas alat ukur yang penulis digunakan dalam kuesioner. Data dianggap valid jika  $r$  yang dihitung pada perhitungan Pearson  $>r$  tabel, sebaliknya apabila  $r$  yang dihitung  $<r$  maka kuesioner dinyatakan tidak valid. Berikut penjabaran terkait rumusan tersebut:

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

Keterangan:

$n$  = Banyak data

$X$  = Nilai Skor dari suatu item instrument

$Y$  = Total skor dari seluruh item instrument

Selanjutnya, peneliti menganalisa sebuah kuesioner melalui aplikasi SPSS untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner tersebut. Berikut merupakan penjabaran dari hasil perhitungan peneliti menggunakan rumus Pearson tersebut:

**TABEL 6**  
**HASIL UJI VALIDITAS**

Nomor Butir Pertanyaan	r Tabel	r Hitung	Keterangan
1	0,361	0.697	VALID
2	0,361	0.385	VALID
3	0,361	0.718	VALID
4	0,361	0.702	VALID
5	0,361	0.664	VALID
6	0,361	0.800	VALID
7	0,361	0.638	VALID
8	0,361	0.549	VALID
9	0,361	0.681	VALID
10	0,361	0.797	VALID
11	0,361	0.774	VALID
12	0,361	0.773	VALID
13	0,361	0.792	VALID
14	0,361	0.571	VALID
15	0,361	0.724	VALID
16	0,361	0.482	VALID
17	0,361	0.510	VALID

Sumber : Penulis, 2023

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu alat ukur yang dapat dinilai dapat dipercaya atau dipercaya dan dapat diandalkan apabila menggunakan alat ukur yang sangat konsisten dengan hasil pengukuran yang stabil. (Silalahi, 2012). Suatu meter dapat diandalkan jika mengukur fenomena atau masalah yang sama beberapa kali dan hasilnya konsisten atau relatif sama. Pemeriksaan kepercayaan dihitung menggunakan rumus Alpha Cronbach nilai instrumen  $\geq 0,60$  maka dinyatakan reliabel .

$$a = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\Sigma ab^2}{a_t^2} \right]$$

Keterangan :

A = Koefisien Reliabilitas Alpha Cronbach

k = Banyaknya item pertanyaan

$a_t^2$  = Jumlah varian butir

$\Sigma ab^2$  = Jumlah varian total

**TABEL 7**

**HASIL UJI RELIABILITAS**

<i>Reliability Statistics</i>	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.935	17

Sumber : Penulis, 2023

**G. Jadwal Penelitian**

**TABEL 8**

**JADWAL PENELITIAN**

No	Kegiatan	Tahun 2023					
		Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags
1	Pengajuan Usulan Penelitian						
2	Penyusunan Usulan Penelitian						
3	Seminar Usulan Pnelitian						
4	Survei Lapangan						
5	Penyusunan Proyek Akhir						
6	Sidang Proyek Akhir						