

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang diperlukan dan digunakan di dalam penelitian adalah kuantitatif deskriptif. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, mendiskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia (Linarwati et al., 2016).

#### **B. Tempat dan waktu penelitian**

Penelitian ini dikerjakan dan dilakukan pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gontias. Waktu penelitian dimulai pada bulan Maret sampai dengan Mei 2024.

#### **C. Populasi dan sampel**

##### **1. Populasi**

Menurut (Sugiyono, 2020) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif STIE Gentiaras periode 2020-2024 yang berjumlah 243 orang.

**Tabel 3.1**  
**Jumlah Mahasiswa Aktif STIE Gentiaras**  
**Empat Tahun Terakhir**

ANGKATAN	AKTIF/Orang
2020	73
2021	74
2022	54
2023	42
<b>Total</b>	<b>243</b>

*Sumber: STIE Gentiaras, 2024*

## 2. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2020) dalam penelitian kuantitatif, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel pada penelitian ini merupakan bagian dari jumlah populasi. Metode yang digunakan dalam penentuan sampel adalah metode *sample random sampling* yang ditentukan dengan *rumus Slovin* adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Ukuran populasi

e<sup>2</sup> = Batas kesalahan

Berdasarkan rumus tersebut, maka dapat dihitung untuk mendapatkan jumlah sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$
$$n = \frac{243}{1 + 243(0,1)^2}$$
$$n = 70,84$$
$$n = 70$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka didapatkan sebanyak 70 responden supaya peneliti ini menjadi mudah, maka sampel dibulatkan menjadi 70 responden. Jadi jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 70 responden. Untuk mendapatkan data dari responden peneliti datang ke Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gentiaras dan membagikan kuesioner kepada Mahasiswa STIE Gentiaras.

#### **D. Sumber dan Jenis Data**

Data penelitian yang digunakan adalah data berupa:

##### **1. Data primer**

Data primer adalah salah satu sumber data yang digunakan dalam melakukan pengumpulan data, olah data, hingga disajikan yang dapat digunakan sebagai bahan *interpretasi* di dalam kegiatan analisis data (Sugiyono, 2020). Data primer yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan

kuesioner kepada mahasiswa STIE Gentiaras. Metode yang digunakan pada pengumpulan data dengan melakukan komunikasi langsung dengan responden serta wawancara untuk mendapatkan data analisis mengenai kepuasan pelanggan dan kualitas layanan aplikasi EdLink. Dalam skala, kuesioner yang digunakan adalah kuesioner pilihan dimana setiap item pernyataan disediakan lima jawaban dengan menggunakan *skala likert* adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Skala Likert**

<b>Skala</b>	<b>Nilai Tingkat Kepentingan</b>	<b>Nilai Tingkat Kepuasan</b>
1	Sangat tidak penting	Sangat tidak puas
2	Tidak penting	Tidak puas
3	Cukup penting	Cukup puas
4	Penting	Puas
5	Sangat penting	Sangat puas

Sumber: Data Diolah, 2024

## 2. Data sekunder

Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data (Sugiyono, 2020). Data sekunder dalam penelitian ini berasal dari data mahasiswa yang bersangkutan terhadap kepuasan pelayanan aplikasi EdLink.

## E. Definisi Operasional Variabel

Definisi variabel penelitian adalah karakteristik atau atribut dari individu atau organisasi yang dapat diukur atau diobservasi yang bervariasi antara orang dan organisasi yang diteliti. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan instrument

pengumpulan data berupa kuesioner untuk mengetahui tentang kualitas pelayanan aplikasi EdLink dengan jawaban menggunakan Skala Likert. Dari definisi operasional variabel dalam penelitian sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Kualitas Pelayanan	Menurut Arianto (2018) kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai kebutuhan yang berfokus untuk memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu harapan pelanggan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Tangibles</i> (bukti fisik)</li> <li>2. <i>Empathy</i> (empati)</li> <li>3. <i>Reliability</i> (keandalan)</li> <li>4. <i>Responsiveness</i> (ketanggapan)</li> <li>5. <i>Assurance</i> (jaminan)</li> </ol> <p style="text-align: right;">(Kotler dan Keller, 2016)</p>

Sumber: Data diolah, 2024

#### **F. Teknik pengumpulan data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket/kuesioner yang dibagikan melalui *google form* kepada responden. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Sehingga pada penelitian kali ini metode pengumpulan data angket/kuesioner yang cocok digunakan untuk mengumpulkan data dari responden yang minimal berjumlah 100 orang dan dalam wilayah yang luas.

## G. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Validitas

Uji validitas mengukur ketepatan dalam mengukur objek penelitian (Agustian et al., 2019), di mana uji validitas dengan menggunakan kriteria adalah sebagai berikut:

- a)  $r_{hitung} > r_{tabel} = \text{valid}$ , atau jika nilai  $\text{Sig (2-tailed)} < 0,05 = \text{valid}$ .
- b)  $r_{hitung} < r_{tabel} = \text{tidak valid}$ , atau jika nilai  $\text{Sig (2-tailed)} < 0,05 = \text{tidak valid}$ .

### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk menentukan apakah alat ukur yang dibuat dalam bentuk kuesioner dapat diandalkan secara konsisten untuk memberikan hasil yang tidak bervariasi (Agustian et al., 2019).

Pengujian reliabilitas instrument dilakukan melalui program SPSS dengan membandingkan antara koefisien  $r$  dengan koefisien *Alpha Croanbach*. Maka dari itu, kriteria pengambilan keputusan dalam uji realibilitas adalah sebagai berikut :

- a. Nilai *Croanbach's Alpha*  $> 0,70$ , maka item pertanyaan dalam kuesioner dapat diandalkan (*reliable*).
- b. Nilai *Croanbach's Alpha*  $< 0,70$ , maka item pertanyaan dalam kuesioner tidak dapat diandalkan (*not reliable*).

### 3. *Importance Performance Analysis (IPA)*

Analisis tingkat kepuasan atau *Importance Performance Analysis (IPA)* merupakan suatu teknik penerapan yang mudah untuk mengukur atribut dari tingkat kepentingan dan kepuasan yang berguna untuk pengembangan proses pemasaran yang efektif. Caranya konsumen diminta untuk menjawab tingkat kepuasan dari berbagai atribut atau dimensi yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Maka dari itu, *Importance Performance Analysis (IPA)* sebagai tahapan dan fasilitas untuk menghitung tingkatan kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa.

Berikut ini adalah gambar dari diagram kartesius, dimana diagram kartesius dibagi menjadi 4 (empat) kuadran dengan fungsi yang berbeda.

**Tabel 3.5**  
**Pembagian Kuadran *Importance-Performance Analysis***

<i>Importance=y</i>	
Kuadran I (Prioritas Utama)	Kuadran II (Pertahankan prestasi)
Kuadran III (Prioritas Rendah)	Kuadran IV (Berlebihan)
<i>Performance = x</i>	

Sumber: (Maiyanti, 2017)

Diagram ini (Gambar 3.4) terdiri dari empat kuadran, yaitu:

1. Kuadran I, wilayah tingkat kepentingan yang relatif tinggi.
2. Kuadran II, wilayah tingkat kepentingan relatif tinggi.
3. Kuadran III, wilayah tingkat kepentingan yang relatif rendah dan kinerjanya kurang baik.
4. Kuadran IV, wilayah tingkat kepentingan yang relatif rendah dan pengguna terlalu berlebihan dengan tingkat kepuasan yang relatif tinggi.

(Maiyanti, 2017)

Perhitungan IPA tentang kepuasan pelanggan terdapat dua komponen yaitu sangat berharganya produk atau layanan pelanggan dan kinerja bisnis dalam menyediakan layanan atau produk dalam memenuhi ekspektasi konsumen. (Jesus & Silva, 2011)

#### **4. *Costumer Satisfaction Index (CSI)***

Dimana metode CSI mengukur kepuasan konsumen melalui 2 aspek yaitu tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan. Metode *Costumer Satisfaction Index* (CSI) merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna secara menyeluruh dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa.

Pada metode *CSI*, tingkat kepentingan menunjukkan seberapa penting aspek tersebut. Tingkat kepentingan ini tentu saja akan sejalan dengan tingkat harapan seseorang atau pelayanan suatu objek. Sedangkan tingkat kepuasan

menunjukkan kepuasan mahasiswa terhadap kinerja lembaga tersebut. Tingkat kepuasan ini tentu saja akan sejalan dengan kinerja lembaga tersebut, karena angka tingkat kepuasan ini ditentukan oleh baik tidaknya pelayanan lembaga tersebut terhadap konsumen.

Tahapan pengukuran *CSI* adalah (Harianja et al., 2015):

- a) Menghitung *Mean Importance Scores*, yaitu rata-rata atribut tingkat kepentingan.
- b) Menghitung *Mean Satisfaction Scores*, yaitu atribut rata-rata tingkat kepuasan.

$$MIS = \left[ \frac{\sum_{i=1}^n y_i}{n} \right]$$

$$MSS = \left[ \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n} \right]$$

Keterangan:

N : Jumlah responden

Y<sub>i</sub> : Nilai Kepentingan Atribut ke-i

X<sub>i</sub> : Nilai Kinerja Atribut ke-i

c) Menghitung *Weighting Factor* (WF).

Bobot ini merupakan presentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut.

$$WF = \left[ \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\% \right]$$

Dimana :

WF : *Weight Factor*

p : Atribut kepentingan ke-p

MIS : *Mean Importance Scores*

d) Menghitung *Weighted Score* (WS)

Bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan nilai modus tingkat kinerja (*modus satisfaction score* = MSS)

$$WS = WFi \times MSS$$

e) Menghitung *Satisfaction Index* (CSI)

$$CSI = \left[ \frac{\sum_{i=1}^p WSi}{HS} \times 100\% \right]$$

Keterangan:

WS : *Weighted Score*

HS : Skala maksimum yang digunakan

Kriteria indeks kepuasan merupakan skala maksimum 5 dengan kisaran 0,00 sampai dengan 1,00 yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 3.6**  
**Kriteria Nilai *Customer Satisfaction Indeks (CSI)***

<b>Nilai CSI</b>	<b>Kriteria CSI</b>
81% - 100%	Sangat puas
66% - 80,99%	Puas
51% - 65,99%	Cukup
35% - 50,99%	Kurang puas
0% - 34,99%	Tidak puas

Sumber: (Fitriana, 2014)

Nilai maksimum CSI adalah 100%. Nilai CSI 50% atau lebih rendah menandakan kinerja pelayanan yang kurang baik. Nilai CSI 80% atau lebih tinggi mengindikasikan pengguna merasa puas terhadap kinerja pelayanan.