

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018), penelitian kuantitatif yang dihasilkan dapat diolah dan selanjutnya dianalisis untuk memperoleh kesimpulan. Hal ini berarti bahwa penelitian yang dilakukan menitikberatkan pada data – data yang berupa angka (numerik), lalu penggunaan metode penelitian ditujukan untuk mengetahui signifikansi variabel yang diteliti, sehingga menghasilkan sebuah kesimpulan berupa penjelasan dari hasil penelitian yang dilakukan.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

a Tempat Penelitian

Penelitian ini berlangsung di PT. Bumen Redja Abadi di Kota Bandar Lampung, yang beralamat di JL. Soekarno Hatta No. 16 RT.002/RW. LK II, Kalibalau Kencana, Kedamaian, Kota Bandar Lampung.

b Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini berlangsung selama Februari – Juli 2024.

C. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Layanan Purna Jual (X1)	Layanan purna jual adalah layanan yang diberikan oleh penjual setelah terjadi penjualan yang dapat berupa	1. Garansi 2. Penyedia Accesories 3. Pemeliharaan dan perbaikan 4. Fasilitas dan

		garansi, jasa reparasi, latihan tenaga profesional dan cara penggunaannya. (Meutia., R., 2017)	perlengkapan Sumber : Meutia., R. (2017)
2.	Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan Pelanggan adalah suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi. (Suwito, J., 2018)	1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesiapan merekomendasikan Sumber : Hawkins dan Lonney dalam Tjiptono (2015)

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen dalam wilayah peneliti, maka penelitinya merupakan populasi. Menurut Sugiyono (2018), populasi adalah keseluruhan elemen yang akan diukur, yang merupakan unit yang diteliti. Pada penelitian ini yang akan menjadi populasi adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di PT. Bumen Redja Abadi di Kota Bandar Lampung.

2. Sampel Penelitian

Dalam penelitian ini sampel yang digunakan hanya sebagian kecil dalam lingkup konsumen. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan

teknik non probability sampling dengan jenis purposive sampling. Menurut Sugiyono (2018) non probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Menurut Hair et al., (2017) jumlah minimum sampel yang sebaiknya dipakai adalah 10 kali dari jumlah panah variabel latent pada model jalur atau dikali jumlah indikator. Untuk menentukan banyaknya sampel pada penelitian ini menggunakan rumus $N=10$ dikali jumlah indikator operasional. Sehingga jumlah indikator sebanyak 7×10 , maka jumlah sampel yang didapat sebanyak 70 responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan kuisioner, yaitu mengumpulkan data dengan menggunakan daftar pertanyaan atau daftar isian terhadap objek yang diteliti. Skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini adalah skala likert yang memiliki lima tingkat penilaian yang bertujuan untuk mengukur setiap indikator dari variabel dalam suatu penelitian Sugiyono 2014 dalam (Nathaniel et al., 2020).

F. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah tingkat kehandalan dan kesahian alat ukur yang digunakan. Menurut Sugiyono (2018), instrumen dikatakan valid

menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat dipergunakan untuk mengukur apa seharusnya diukur.

Uji validitas dilakukan terhadap *item* pertanyaan untuk mengetahui sejauh mana pertanyaan tersebut dapat mengukur objek yang diteliti. Pengambilan keputusan valid atau tidaknya suatu data dapat dilakukan dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid.
- Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.

Selain itu, uji validitas dapat dilakukan dengan membandingkan skor total nilai (*pearson correlation*) dengan *alpha* 5% (0,05). Jika nilai *pearson correlation* (signifikan) lebih besar dari *alpha*, maka *item* pertanyaan dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian dapat dikatakan valid sebagai data reliabel atau tidak. Dalam uji reliabilitas penelitian ini dilakukan dengan analisis *Alpha Cronbach*, yang jika variabel tersebut menunjukkan nilai *Alpha Cronbach* $>0,60$ maka, kesimpulannya bahwa variabel tersebut reliabel atau konsisten dalam mengukur (Sugiyono, 2018).

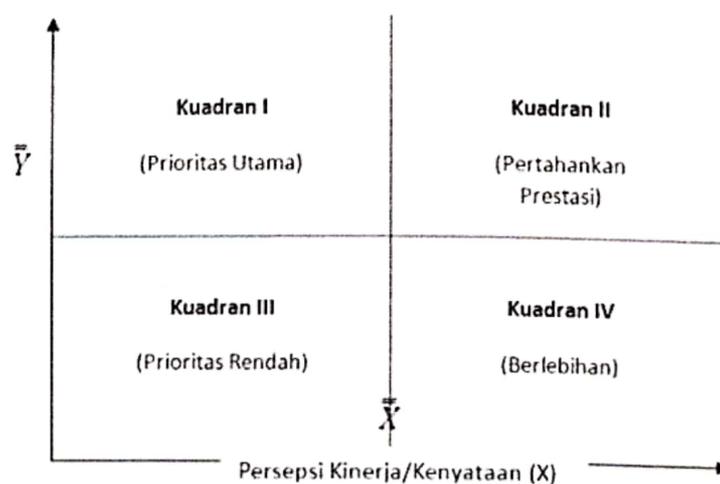
G. Teknik Analisis Data

1. *Importance Performance Analysis (IPA)*

IPA adalah salah satu alat analisis yang dapat digunakan untuk menganalisis kepuasan konsumen terhadap kinerja perusahaan. Metode ini merupakan suatu Teknik penerapan yang mudah untuk mengukur atribut dari tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaan. Pengukuran tingkat kepentingan dan pelaksanaan suatu atribut layanan di suatu perusahaan dapat menggunakan skala likert (Rosa & Hidayat, 2013).

Rastryana et al., (2022) mengatakan Penilaian tingkatan kinerja/kepuasan performance serta tingkatan kepentingan/harapan pelanggan (importance) dibuat dalam suatu matriks diagram kartesius dengan sumbu X mewakili tingkatan kinerja (performance) serta sumbu Y mewakili tingkatan kepentingan/harapan (importance). Tata cara metode IPA digunakan untuk mengenali faktor – faktor apa saja yang wajib ditunjukkan perusahaan guna penuhi kepuasan pelanggannya. Berikut diagram kartesius dari pola matrix IPA, adalah sebagai berikut :

Gambar 3.1 Diagram Kartesius



Kuadran I (Prioritas Utama)

Kuadran prioritas utama adalah kuadran yang memuat atribut – atribut yang dianggap penting oleh konsumen, tetapi pada kenyataannya atribut – atribut tersebut belum sesuai seperti yang diharapkan konsumen. Langkah – Langkah yang dapat dilakukan perusahaan adalah dengan melakukan perbaikan secara terus menerus sehingga performance atribut yang ada dalam kuadran ini akan meningkat.

Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Kuadran pertahankan prestasi adalah kuadran yang memuat atribut – atribut yang dianggap penting oleh konsumen dan pelaksanaan dari atribut – atribut tersebut telah sesuai dengan dirasakannya. Atribut – atribut yang masuk kedalam kuadran ini harus tetap dipertahankan karena semua atribut tersebut merupakan produk atau jasa yang unggul dimata konsumen.

Kuadran III (Prioritas Rendah)

Kuadran prioritas rendah adalah merupakan kuadran yang memuat atribut – atribut yang dianggap kurang penting oleh konsumen dan pada kenyataannya tidak terlalu istimewa. Peningkatan atribut – atribut yang masuk kedalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh konsumen sangat kecil.

Kuadran IV (Berlebihan)

Kuadran berlebihan adalah kuadran yang memuat atribut – atribut yang dianggap kurang penting oleh konsumen dan dirasakan terlalu berlebihan. Atribut

yang masuk kedalam kuadran ini dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya.

2. *Customer Satisfaction Index (CSI)*

CSI adalah Analisa data kuantitatif yang berupa *present* yang membuat pelanggan merasa bahagia tentang survey kepuasan pelanggan. CSI adalah indeks untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan atribut – atribut. Menurut (Trinoto et al, 2021) untuk menentukan besarnya CSI, maka dilakukan 4 langkah – Langkah berikut:

1. Mendapat MIS (*Mean Importance Score*) yaitu nilai rata – rata dari skor kepentingan atribut dan MSS (*Mean Satisfaction Score*) yaitu nilai rata – rata skor untuk tingkat kepuasan. Dengan rumus sebagai berikut :

Rumus MIS :

$$MIS = \frac{[\sum_{i=1}^n Y_i]}{n}$$

Keterangan :

Y_i = Nilai Kepentingan atribut Y_i

n = Jumlah Responden

Rumus MSS:

$$MSS = \frac{[\sum_{i=1}^n Y_i]}{n}$$

Keterangan :

Y_i = Nilai kepentingan atribut Y ke- i

n = Jumlah Responden

2. Menentukan WF (*Weight Factor*)

Menentukan Weight Factor merupakan persentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

MIS_i = Nilai rata – rata kepentingan i

$\sum_{i=1}^p MIS_i$ = Total rata – rata kepentingan dari ke I ke p

3. Menentukan *Weight Score* (WS)

Menentukan weight score (WS) skor ini adalah merupakan perkalian antara WF dengan rata – rata tingkat kenyataan layanan yang dirasakan responden sebagai MSS dengan rumus sebagai berikut :

$$WS_i = WFi \times MSS$$

Keterangan

WFi = Faktor tertimbang ke-i

MSS = Rata – rata tingkat kepuasan pelanggan

4. Menentukan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Bagian terakhir adalah menentukan indeks kepuasan pelanggan yang disajikan dalam bentuk persentase dengan rumus sebagai berikut :

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p MIS}{HS} \times 100\%$$

Keterangan

HS = Nilai skala maksimum yang digunakan, pada penelitian ini adalah 5.

Setelah didapat indeks kepuasan konsumen menggunakan Langkah – Langkah diatas, tahap selanjutnya adalah mengintepretasikan nilai CSI tersebut untuk mengetahui sejauh mana kepuasan pelanggan terhadap PT Bumen Redja Abadi di Kota Bandar Lampung. Kriteria indeks kepuasan ini terbagi menjadi 5 kategori yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.3 Kriteria Indeks Kepuasan

No	Nilai	Keterangan
1	81% - 100%	Sangat puas
2	66%- 80,99%	Puas
3	51% - 65,99%	Cukup Puas
4	35% - 50,99%	Kurang puas
5	0% - 34,99%	Tidak Puas