

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif adalah suatu metode penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, yang berlangsung saat ini atau saat yang lampau. Penelitian verifikatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menguji suatu teori atau hasil penelitian sebelumnya, (Sukmadinata, 2006:5). Menggunakan metode penelitian ini untuk mengetahui hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti. Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) tersebut digunakan pada penelitian ini untuk menguji pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Plafon PVC. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berdasarkan data yang ada ditempat penelitian sehingga menggunakan pendekatan *ex post facto* dan survey. Survey digunakan untuk data yang didapatkan dari berbagai sumber yang di tentukan, serta, peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan kuisioner (Sugiyono, 2014: 6).

B. Populasi dan Sampel

1.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek yang akan diteliti. Menurut Sugiyono (2014:60) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan plafon PVC di Tanjung Serupa. Berdasarkan hasil survei pelanggan lebih memilih plafon PVC ini karna bahan yang elastis dan banyak variasi, warna dan rapi ketimbang plafon lainnya, karna plafon PVC sendiri tidak mudah rusak.

1.2 Sampel

Sampel adalah bagian kecil dari keseluruhan subjek yang akan diteliti. Menurut Sugiyono (2014:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif. Pada penelitian ini, pengolahan data hasil penelitian dilihat dari sampel data untuk mengetahui data yang sudah diambil apakah cukup atau tidak untuk mewakili populasi, kemudian uji validitas dan uji reliabilitas jika semua data tersebut sudah valid dan reliable kemudian akan dilakukan analisis kinerja menggunakan perhitungan tingkat kepuasan konsumen dengan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang melalui beberapa tahapan.

Dengan menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 90% dan tingkat ketelitian (α)10% = 0,1 ; $\alpha / 2 = 0,05$; $Z_{\alpha/2} = 1,661$ dengan perhitungan rumus sebagai berikut :

$$n = (1 - p) \left[\frac{Z_{\alpha/2}}{SE} \right]^2$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

p = Proposi sebenarnya dari populasi

SE = Sampling Error (kesalahan sampling)

$Z_{\alpha/2}$ = Faktor tingkat keyakinan

Karena besarnya proporsi sampel p tidak diketahui, dan p (1 - p) juga tidak diketahui maka pengujian ini belum dapat dilakukan. Tetapi nilai p selalu diantara 0 sampai 1 dengan nilai p maksimum, maka :

$$f(p) = p - p^2$$

$$\frac{df(p)}{dp} = 1 - 2p$$

$$\frac{df(p)}{dp} \text{ maksimal jika } \frac{df(p)}{dp} = 0$$

$$\begin{aligned} 0 &= 1 - 2p \\ -1 &= -2p \\ p &= 0.5 \end{aligned}$$

Harga maksimal $f(p)$ adalah $p(1-p) = 0.5(1-0.5) = 0.25$, sehingga besarnya sampel jika mengandung tingkat kepercayaan sebesar 90% dan kesalahan yang terjadi tidak lebih dari 10% adalah :

$$n = (1 - p) \left[\frac{Z_{\alpha/2}}{SE} \right]^2$$

$$n = 0.5(1 - 0.5) \left[\frac{1.661}{0.1} \right]^2$$

$$n = 67.65 \approx 68 \text{ responden}$$

Jadi jumlah sampel minimal yang dibutuhkan adalah 68 responden. Dan untuk penelitian ini menggunakan 90 responden. (90 responden \geq 68 responden data sudah mencukupi).

Setelah dilakukan pengambilan sampel kemudian dilanjutkan pada tahap selanjutnya dengan teknik pengambilan sampel yang tujuannya untuk mengetahui apakah data yang diambil sudah cukup atau belum untuk mewakili satu populasi, kemudian dengan melakukan perhitungan data maka akan diketahui berapa banyak data minimal yang dibutuhkan. Untuk menentukannya dilakukan dengan rumus (Prasesti,2008)

C. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *non probability sampel*. Teknik *non probability sampel* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, (Sugiyono,2012: 22). Metode yang digunakan adalah *accidental sampling* yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti maka dapat dipakai sebagai sampel, jika dipandang orang yang

kebetulan ditemui itu cocok. Langkah yang dilakukan dalam pengambilan sampel adalah memberikan questioner kepada pelanggan plafon PVC.

Menurut Sugiyono (2012:119) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, bila populasi besar dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi maka peneliti dapat menggunakan sampel dari diambil dari populasi itu. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu *non probability* sampling dengan cara *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014:38). Dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel, yaitu:

1. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel Terikat sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2014:39). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan (Y).

E. Definisi Konseptual Variabel

Definisi konseptual variabel adalah penjelasan masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Definisi konseptual dari variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan di dalam penelitian ini diartikan sebagai ungkapan kepuasan atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan

antara hasil produk jasa yang difikirkan terhadap kinerja produk jasa yang diinginkan.

F. Teknik Pengumpulan Data

Agar dalam pelaksanaan penelitian dapat dijalankan dengan mudah serta sesuai dengan tujuan penelitian yang akan dicapai, maka diperlukan langkah pemecahan yang baik dan pada pemecahan masalah tersebut dibutuhkan data-data pendukung, Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.1 Observasi

Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar (Sugiyono, 2014: 145). Menurut Hadi (Sugiyono, 2013: 203) mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Observasi pada penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui tentang kepuasan pelanggan plafon PVC di Tanjung serupa Kecamatan Pakuan Ratu Kabupaten Way Kanan.

1.2 Kuesioner

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2014: 142). Kuisisioner dalam penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan data tentang Tingkat Kepuasan Pelanggan Plafon PVC di Desa Tanjung Serupa Kecamatan Pakuan Ratu Kabupaten Way Kanan. (Arikunto2006:124) dalam Ahmad (2013:33). Angket yang digunakan oleh penelitian adalah angket tertutup yaitu terdiri atas pernyataan dengan sejumlah jawaban tertentu sebagai pilihan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan angket tertutup atau kuesioner tentang kepuasan pelanggan pihak karyawan plafon PVC terhadap konsumen. Untuk angket tertutup, yang digunakan oleh peneliti

berbentuk *rating scale* (skala bertingkat), Respon individu terhadap stimulus (pernyataan - pernyataan) sejauh kualitas pelayanan pihak karyawan plafon PVC terhadap konsumen terdiri dari pada jawaban sangat tidak puas, tidak puas, cukup puas, puas, sangat puas. Hasil dari jawaban yang diberikan pada setiap pernyataan mempunyai skor tersendiri.

G. Pengajuan Instrumen Data

3.1 Uji Validasi

Validasi adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument (Sugiyono, 2014). Instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur. Suatu instrument dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data dari variabel untuk mengukur tingkat validitas soal yang diteliti secara tepat. Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *pearson correlation*. Pengujian validitas instrumen dilakukan dengan menggunakan statistik dengan kriteria berikut:

- a. Jika r hitung $>$ r tabel, maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
 - b. Jika r hitung $<$ r tabel, maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.
- (Arikunto, 2010).

3.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011:47). Uji reliabilitas adalah tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala atau kejadian. Uji reliabilitas menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* dengan bantuan SPSS 16.0. *for windows* Hasil pengujian dikatakan reliabel jika nilai *Alpha Cronbach* $\geq 0,60$ dan jika nilai *Alpha Cronbach* $\leq 0,60$ maka dinyatakan tidak reliabel. Dapat dikatakan baik, jika apabila variabel memiliki nilai *Cronbach's alpha* \geq dari 0.60 (Priyatno, 2014).

3.3 Customer Satisfaction Index (CSI)

CSI ini digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen penggunaan jasa secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk/jasa. Menurut Aritonang (2005) untuk mengetahui besarnya CSI ini langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut

1. Menentukan Mean Importance Score (MIS)

Mean Importance Score (MIS) atau rata-rata skor pentingnya. Nilai ini berasal dari rata-rata kepentingan tiap konsumen.

$$MIS = \left[\frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \right] \dots \dots \dots (2.4)$$

Dimana:

n = Jumlah Konsumen

Y_i = Nilai Kepentingan atribut Y ke-i

2. Menentukan Customer Satisfaction Index (CSI)

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p MIS_i}{HS} \times 100\% \dots \dots \dots (2.6)$$

dimana :

p = atribut kepentingan ke-p

HS = (*Highest Scale*) Skala maksimum yang digunakan

Pada umumnya, bila nilai CSI di atas 50 persen maka dapat dikatakan bahwa pengguna jasa sudah merasa cukup puas, sebaliknya bila nilai CSI di bawah 50 persen pengguna jasa belum dikatakan puas. Nilai CSI dalam penelitian ini dibagi dalam lima kriteria dari tidak puas sampai dengan sangat puas seperti yang terdapat pada tabel.

Tabel 3.1 Kriteria Nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI)

No.	Nilai CSI	Kriteria CSI
1.	0% – 34%	Sangat Tidak Puas
2.	35% – 50%	Tidak Puas
3.	51% – 65%	Cukup Puas
4.	66% – 80%	Puas
5.	X > 81%	Sangat Puas

Sumber : Tabel index CSI Aritonang

Setelah mendapatkan nilainya kita hanya perlu menyamakan nilainya dengan tabel diatas. Sehingga dapat disimpulkan berapa kepuasan konsumen terhadap layanan yang diberikan.