

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Ditinjau dari pengumpulan datanya, jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Sugiyono (2018:7) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berdaarkan filsafat positivism, digunakan untuk meneliti sampel tertentu dengan mengumpulkan data menggunakan instrument penelitian. Analisis data kuantitatif bertujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang ditetapkan peneliti. Menurut Sugiyono (2018:35) metode penelitian deskriptif adalah metode yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau sifat yang lebih mendalam terkait suatu variabel yang berkaitan dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian dengan cara melakukan pengamatan pada aspek tertentu secara spesifik untuk mempeoleh data yang sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian sehingga dapat dianalisis dengan dasar teori yang bersangkutan kemudian dapat ditarik suatu kesimpulan. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran ataulukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat hubungan antar fenomena yang diselidiki”. Pada penelitian ini, metode pendekatan deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan hasil dari observasi dan kuesioner yang dilakukan oleh peneliti di PT Sinarmas Pelangi (SPLCargo).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:80) Populasi adalah wilayah yang terdiri subyek ataupun obyek yang memiliki kualitas serta karakteristik tertentu yang kemudian akan ditetapkan oleh peneliti. Sesuai dengan analisis yang digunakan yaitu melakukan komparasi antara harapan pelanggan dan persepsi perusahaan atas layanan yang diberikan PT Sinarmas Pelangi, maka dalam penelitian ini terdapat dua populasi. Populasi pertama adalah semua pelanggan perorangan atau relasi yang pernah atau masih menggunakan jasa pengiriman barang, jumlah anggota populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti. Populasi kedua adalah jumlah karyawan pihak penyedia layanan yaitu pihak PT Sinarmas Pelangi, dengan jumlah total 150 karyawan.

3.2.2 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:80) sampel adalah keseluruhan dari jumlah yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel pada penelitian ini terdiri dari dua kategori, yaitu sampel pelanggan dan sampel perusahaan. Guna menentukan ukuran sampel kedua kategori tersebut berpedoman pada pendapat Roscoe (Sugiyono, 2018:91) yang menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500.

a) Sampel Pelanggan

Sampel dari penelitian ini diambil dari pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman barang melalui PT. Sinarmas Pelangi (SPL Cargo). Sampel ditentukan dengan teknik purposive sampling yaitu sampel dipilih oleh peneliti dengan menetapkan kriteria-kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian. Adapun kriteria sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang masih aktif menggunakan jasa pengiriman terkait minimal 1 tahun terakhir. Peneliti menyebar kuesioner kepada pelanggan yang memenuhi kriteria melalui google form selama 2 minggu dari tanggal 21 Juni 2021 sampai tanggal 05 Juli 2021. Dari 84 kuesioner yang kembali ke peneliti, setelah dilakukan proses pengecekan, ternyata terdapat 80 kuesioner yang dapat diolah yaitu kuesioner yang terisi lengkap. Dengan demikian ukuran sampel pelanggan dalam penelitian ini sebanyak 80 pelanggan.

b) Sampel Perusahaan

Teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah teknik *nonprobability sampling* dengan menggunakan jenis *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2015:141) “*nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”.

Sedangkan pengertian *purposive sampling* sendiri yaitu memilih sampel yang sesuai dengan kriteria yang digunakan untuk penelitian, salah satu kriteria tersebut adalah Manajer dan karyawan yang pekerjaannya berkaitan dengan aktivitas jasa pengiriman barang. Kriteria ini dibentuk dengan tujuan agar jawaban responden sesuai dengan topik permasalahan dalam penelitian ini. Jumlah karyawan PT Sinarmas Pelangi yang pekerjaannya berkaitan dengan jasa pengiriman sebanyak 30 orang yaitu satu orang bagian supervisor, dua orang bagian accounting, sepuluh orang bagian administrasi, tiga orang bagian customer service, lima orang bagian driver dan Sembilan orang bagian operasional.

3.3 Data dan Metoda Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data pada penelitian ini yaitu data kuantitatif . Menurut Sugiyono (2010: 4) data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka, atau data kuantitatif yang diangkakan. Data tersebut dapat berupa skor dan diperoleh dengan menggunakan alat pengumpul data yang jawabannya berupa skor dari pertanyaan yang diberi bobot. Data yang diperoleh akan diolah meggunakan bantuan software IBM Statistics SPSS 20. Software digunakan untuk melakkan uji pada variabel penelitian. SPSS 20 dibutuhkan untuk melakukan uji validitas dan reliabilitas. Setelah data dianggap valid dan reliabel, kemudian software SPSS 20 digunakan untuk menganalisa data dan menghasilkan metriks servqual.

3.3.2 Sumber Data

Terdapat dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

a) Data Primer

Menurut Sugiyono (2018:137), sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer yang dibutuhkan pada penelitian ini meliputi data metode Servqual, Data metode Servqual berupa hasil kuesioner persepsi (kepuasan pelanggan) dan ekspektasi (harapan perusahaan). Data primer ini diperoleh dengan cara melakukan penyebaran kuesioner kepada pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman PT. Sinarmas Pelangi (SPL Cargo) dan penyebaran kuesioner kepada karyawan PT Sinarmas. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan skala nominal, skala nominal digunakan untuk mengklasifikasikan identitas responden seperti jenis kelamin, usia dan divisi pekerjaan. Data yang diambil dari sumber data primer berkaitan dengan indikator yang mendukung dimensi kualitas jasa (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible*) yang akan dianalisis.

b) Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2016: 225) mengatakan bahwa data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah

ada. Data sekunder yang diperlukan pada penelitian adalah informasi mengenai daftar customer perusahaan yang aktif menggunakan jasa pengiriman barang selama 1 tahun terakhir yang menjadi periode penelitian ini, yaitu tahun 2020.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Defenisi operasional variabel diperlukan untuk menjelaskan variabel yang diidentifikasi sebagai upaya pemahaman dalam penelitian. Definisi variabel menurut Sugiyono (2018:38) adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Variabel- variabel yang akan dianalisis dalam penelitian ini terdiri dari:

a. Harapan pelanggan

Menurut Zeithmal et al (2013:35) harapan pelanggan adalah perkiraan atau keyakinan pelanggan mengenai apa yang akan diterimanya. Harapan yang dimaksud pada penelitian ini yaitu keyakinan dari penilaian pelanggan atas kualitas layanan yang akan diterima saat menggunakan layanan pengiriman barang pada PT. Sinarmas Pelangi (SPL Cargo). Adapun indikator yang mendukung variabel harapan pelanggan terhadap kualitas layanan pengiriman barang terdiri dari :

Tabel 3. 1 Atribut Harapan Pelanggan

Definisi Operasional	Dimensi	No. Variabel	Indikator Dimensi
Menurut Zeithmal et al (2013:35) harapan pelanggan adalah perkiraan atau keyakinan pelanggan mengenai apa yang akan diterimanya.	Tangibles atau bukti fisik	1	memiliki peralatan yang modern serta memadai
		2	Kemudahan dalam akses website perusahaan
		3	Keakuratan informasi yang di sajikan pada website perusahaan (status barang dan tracking)
		4	Tata letak ruangan terlihat rapih dan bersih
		5	Kenyamanan area parkir
		6	Karyawan berpenampilan rapih
	Reliability atau keandalan	1	Ketepatan pengiriman barang sesuai dengan <i>lead time</i> yang telah ditentukan atau dijadwalkan
		2	Meminimalisir kesalahan dalam proses pelayanan pengiriman barang
		3	ketepatan karyawan dalam menanggapi setiap keluhan pelanggan
	Responsiveness atau ketanggapan	1	Kecepatan dalam merespon pertanyaan, baik melalui telepon ataupun email
		2	Kemudahan dan kecepatan dalam sistem pembayaran
		3	Karyawan selalu mengutamakan kepentingan pelanggan
	Assurance atau jaminan dan kepastian	1	Pelanggan merasa aman dalam melakukan transaksi layanan pengiriman barang
		2	Karyawan mampu menjelaskan informasi dan menjawab pertanyaan pelanggan dengan benar
		3	Karyawan konsisten dalam bersikap sopan terhadap pelanggan
	Empathy atau empati	1	PT. Sinarmas Pelangi memiliki jam operasional

			yang sesuai dengan kebutuhan para pelanggan
		2	Kualitas layanan yang diberikan sesuai dengan pembayaran yang dikeluarkan oleh pelanggan
		3	karyawan mampu memahami kebutuhan para pelanggan.

Sumber : Jayanti marbun ,2016

b. Persepsi Perusahaan

Menurut Kotler dan Keller (2016:228), persepsi tidak hanya bergantung pada rangsangan fisik tapi juga rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan. menurut Tijptono (2012:158), persepsi manajemen terhadap harapan pelanggan memandu keputusan menyangkut spesifikasi kualitas layanan yang harus diikuti perusahaan dan diimplementasikan dalam setiap aktivitas melayani pelanggan. Persepsi penyedia jasa yang dimaksud pada penelitian ini yaitu pemahaman perusahaan berdasarkan kepentingan pelanggan dari sudut pandang perusahaan yang digunakan sebagai petunjuk atau tuntunan untuk meningkatkan kualitas layanan pada PT. Sinarmas Pelangi. Adapun indikator yang mendukung variabel persepsi manajemen tentang harapan pelanggan terhadap kualitas layanan pengiriman barang terdiri dari :

Tabel 3. 2 Atribut Persepsi Perusahaan

Definisi Operasional	Dimensi	No. Variabel	Indikator Dimensi
<p>menurut Kotler dan Keller (2016:228), persepsi tidak hanya bergantung pada rangsangan fisik tapi juga rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan.</p> <p>menurut Tijptono (2012:158), persepsi manajemen terhadap harapan pelanggan memandu keputusan menyangkut spesifikasi kualitas layanan yang harus diikuti perusahaan dan diimplementasikan dalam setiap aktivitas melayani pelanggan</p>	Tangibles atau bukti fisik	1	Pelanggan mengharapkan memiliki peralatan yang modern serta memadai
		2	Pelanggan mengharapkan kemudahan dalam mengakses website perusahaan
		3	Pelanggan mengharapkan mendapatkan keakuratan informasi yang di sajikan pada website perusahaan (status barang dan tracking)
		4	Pelanggan mengharapkan tata letak ruangan terlihat rapih dan bersih
		5	Pelanggan mengharapkan Kenyamanan area parkir
		6	Pelanggan mengharapkan setiap karyawan berpenampilan rapih
	Reliability atau keandalan	1	Pelanggan mengharapkan Ketepatan pengiriman barang sesuai dengan <i>lead time</i> yang telah ditentukan atau dijadwalkan
		2	Pelanggan mengharapkan pihak perusahaan dapat Meminimalisir kesalahan dalam proses pelayanan pengiriman barang
		3	Pelanggan mengahrpakan ketepatan karyawan dalam menanggapi setiap keluhan pelanggan
	Responsiveness atau ketanggapan	1	Pelanggan mengharapkan Kecepatan dalam merespon pertanyaan, baik melalui telepon ataupun email
		2	Pelanggan mengharapkan Kemudahan dan

			kecepatan dalam sistem pembayaran
		3	Pelanggan mengharapkan Karyawan selalu mengutamakan kepentingan pelanggan
	Assurance atau jaminan dan kepastian	1	Pelanggan mengharapkan kenyamanan dalam melakukan transaksi layanan pengiriman barang
		2	Pelanggan mengharapkan Karyawan mampu menjelaskan informasi dan menjawab pertanyaan pelanggan dengan benar
		3	Pelanggan mengharapkan Karyawan konsisten dalam bersikap sopan terhadap pelanggan
	Empathy atau empati	1	Pelanggan mengharapkan PT. Sinarmas Pelangi memiliki jam operasional yang sesuai dengan kebutuhan para pelanggan
		2	Pelanggan mengharapkan Kualitas layanan yang diberikan sesuai dengan pembayaran yang dikeluarkan oleh pelanggan
		3	Pelanggan mengharapkan karyawan mampu memahami kebutuhan para pelanggan.

Sumber : Jayanti marbun, 2016

3.5 Metoda Analisis Data

3.5.1 Teknik Pengumpulan Data

1. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan bertujuan agar peneliti menguasai konsep-konsep dan teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti, dengan cara membaca dan mempelajari referensi-referensi yang telah ada seperti literatur, laporan ilmiah dan tulisan-tulisan ilmiah yang dapat digunakan sebagai landasan teori dalam penelitian ini.

2. Metode Kuesioner

Menurut Sugiyono (2018:230), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien jika telah diketahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan dapat diketahui dengan pasti data apa saja yang dibutuhkan dari responden untuk dianalisis. Kuesioner digunakan untuk mengetahui evaluasi terhadap pelayanan yang sudah ada dan mengetahui harapan pelanggan terhadap pelayanan yang akan didapatkan kedepannya. Setelah semua data yang dibutuhkan terkumpul peneliti akan mengolah data-data tersebut dengan menggunakan metode Service Quality (Servqual). Jenis kuesioner yang digunakan pada penelitian ini adalah angket tertutup, menurut Sugiyono (2018:199) angket tertutup adalah angket yang diisi dengan jawaban responden berdasarkan alternatif jawaban yang telah tersedia.

3.5.2 Skala Pengumpulan Variabel

Skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Skala Likert, yaitu digunakan untuk mengukur sikap atau pendapat seseorang atau sejumlah kelompok terhadap sebuah fenomena sosial yang dimana jawaban setiap item instrumen mempunyai gradasi dari sangat negatif sampai sangat positif. Menggunakan skala Likert variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Skala likert menggunakan interval 1 – 5 untuk mengukur tingkat persetujuan responden, berikut ini merupakan uraian mengenai skor likert dalam interval tersebut :

Tabel 3. 3 Skala Penilaian

Penilaian	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu - Ragu	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Data Primer, diolah 2021

3.5.3 Uji Instrument

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui keakuratan dari masing – masing pertanyaan pada kuesioner yang telah disebarakan. Dalam mengukur validitas digunakan alat berupa software SPSS. Uji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan setiap nilai pada setiap butir pertanyaan dengan nilai total seluruh butir pertanyaan untuk satu variable. Hasil pengukuran valid dengan mengukur data membandingkan antara jumlah r hitung dengan r_{table} Apabila r dihitung $> r$ tabel (pada taraf signifikasi 0,05), maka disimpulkan item kuesioner tersebut valid Apabila r dihitung $< r$ tabel (pada taraf signifikasi 0,05), maka dapat disimpulkan item kuisioner tersebut tidak valid. Pada penelitian ini, uji validitas data dilakukan dua kali yaitu pada kuesioner pelanggan dan kuesioner perusahaan dengan menggunakan standard r_{tabel} yang berbeda sesuai dengan jumlah sampel atau responden.

b. Uji Reliabilitas

Uji digunakan untuk mengetahui tingkat reliabilitas dari masing-masing pertanyaan pada kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel jika jawaban dari seseorang terhadap pertanyaan – pertanyaan tersebut tetap stabil dan konsisten dari waktu ke waktu. Untuk melakukan uji reliabilitas digunakan alat, yaitu software SPSS. Tujuan Dilakuakan uji reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha. Suatu variabel dianggap reliabel apabila nilai dari *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 sebaliknya jika nilai

korelasi dibawah 0,60 maka item tersebut kurang reliabel. Pada penelitian ini, uji validitas data dilakukan dua kali yaitu pada kuesioner pelanggan dan kuesioner perusahaan.

3.5.4 Analisis Kesenjangan Dengan Servqual

Analisis kesenjangan dilakukan dengan menggunakan dimensi kualitas jasa (reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible), dimensi kualitas jasa dianggap relevan dan mampu mewakili keseluruhan aspek kualitas layanan yang akan diukur. Analisis kesenjangan digunakan untuk mengevaluasi kualitas layanan dengan melihat kesenjangan antara harapan pelanggan dengan kinerja suatu atribut layanan pengiriman barang dengan berdasarkan pada skor SERVQUAL (merupakan nilai kesenjangan). Nilai kesenjangan dihitung perdimensi, dengan cara menghitung total nilai rata-rata per dimensi pada persepsi (penilaian perusahaan). Selanjutnya hasilnya dikurangi dengan hasil rata-rata per dimensi pada harapan (penilaian pelanggan). Hasil selisihnya adalah nilai kesenjangan yang terjadi pada tiap dimensi kualitas layanan. Penjelasan tersebut mengacu pada rumus :

$$Q = P - E$$

Q = Kualitas layanan (quality of service)

P = Perceived service atau persepsi perusahaan

E = Expected service atau harapan konsumen pada jasa

Menganalisis kesenjangan kualitas layanan dilakukan dengan tahapan berikut ini:

- a. Menghitung skor rata-rata *SERVQUAL* diantara setiap dimensi kualitas layanan berdasarkan indikator yang ada pada setiap dimensi.
- b. Menghitung kesenjangan antara harapan pelanggan dengan persepsi perusahaan dalam bentuk skor *SERVQUAL*, nilai ini merupakan kesenjangan yang terjadi.