

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Obyek dan Subyek Penelitian

1. Obyek penelitian

Obyek penelitian yang diamati adalah sasaran yang menjadi sumber informasi mengenai kebutuhan data penelitian. Adapun obyek yang dijadikan penelitian adalah Kopma UNY core.

2. Subyek penelitian

Subyek penelitian yang diamati adalah responden yang menjadi sumber informasi mengenai kebutuhan data penelitian. Adapun subyek yang dijadikan responden adalah pelanggan dan manajer Kopma UNY core.

B. Teknik Pengambilan sampel

Pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan *purposive sampling* yaitu menentukan responden yang ditetapkan secara sengaja dengan kriteria tertentu (Jogyanto, 2014). Adapun kriteria yang digunakan adalah usia responden lebih dari 17 tahun, pernah membeli atau merasakan pelayanan dari Kopma UNY core minimal 3 kali pembelian. Uma Sekaran (2006) mengungkapkan bahwa untuk menentukan ukuran sampel, jumlah yang digunakan sebaiknya lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 adalah jumlah yang tepat untuk kebanyakan penelitian. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 100 responden.

C. Jenis Data

Jenis data yang digunakan berdasarkan sumbernya adalah jenis data *primer*. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Data primer dapat berupa suatu opini dari subjek yang diteliti baik secara individu maupun kelompok, hasil observasi, kejadian, dan hasil pengujian. Metode yang digunakan untuk mendapatkan data primer ada dua, yaitu kuesioner dan wawancara.

D. Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah survei (Kuesioner) dan wawancara yang kemudian akan diuraikan hasil penelitian yang didukung teori. Adapun teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner

Metode pengumpulan data primer dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden melalui kuesioner. Hasil dari angket ini akan digunakan dalam menentukan atribut yang akan diperhitungkan didalam *House of Quality* (HoQ).

2. Wawancara

Wawancara (*interview*) adalah komunikasi dua arah untuk mendapatkan data dari responden (Jogyanto, 2014). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik wawancara personal yaitu wawancara

dengan melakukan tatap muka langsung dengan manajer Kopma UNY core.

E. Definisi Operasonal

1. Dimensi Kualitas

Menurut Garvin yang dikutip Tjiptono (2012), terdapat lima perspektif mengenai kualitas, salah satunya yaitu bahwa kualitas tergantung pada orang yang menilainya, sehingga produk yang paling memuaskan menurut seseorang merupakan produk yang berkualitas paling tinggi. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang benar-benar nyata mereka terima dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu jasa. Menurut penelitian dari Novita dan Iwan (2014) dengan modifikasi, terdapat lima dimensi kualitas pelayanan pada toko ritel dengan atribut *voice of customer* yaitu :

- a. Bukti Fisik (*Tangibles*) yaitu tampilan atau fasilitas fisik yang dimiliki oleh Kopma UNY Core. Fasilitas-fasilitas itu, meliputi:
 - 1) jumlah keranjang/*trolley* yang sudah memadai
 - 2) jumlah kasir yang ada sudah memadai
 - 3) kecepatan transaksi pembayaran sudah baik
 - 4) layout ruangan teratur
 - 5) ruangan yang bersih
 - 6) area parkir yang luas

- 7) penataan produk yang rapi
 - 8) produk yang dijual lengkap
 - 9) terdapat label harga produk pada masing-masing produk
- b. Reliabilitas (*Reliability*) yaitu kemampuan Kopma UNY Core untuk memenuhi janjinya kepada para pelanggan. usaha ini meliputi:
- 1) harga produk yang tercantum sesuai dengan harga di kasir
 - 2) karyawan mampu memberikan pelayanan
 - 3) karyawan ramah dan sabar dalam memberikan pelayanan
- c. Daya Tanggap (*Responsiveness*) yaitu keinginan karyawan untuk membantu pelanggan dengan penyediaan layanan secara tanggap dan tepat. Penyedia layanan itu, meliputi:
- 1) karyawan cepat tanggap dalam membantu konsumen mencari produk.
 - 2) pelayan kasir yang cepat, terutama jika pelanggan terlalu banyak
 - 3) petugas mampu menjawab pertanyaan pelanggan mengenai produk yang tersedia
- d. Jaminan (*Assurance*) yaitu pengetahuan dan keramahan dari karyawan haruslah sebaik kemampuan mereka untuk menanamkan kepercayaan kepada para pelanggan. Jaminan itu, meliputi:
- 1) fasilitas sudah lengkap dan memadai

- 2) jaminan penggantian produk jika ditemukan produk cacat/ rusak
 - 3) kenyamanan berbelanja
 - 4) keamanan berbelanja (tidak terjadi pencurian, pencopetan, pelecehan seksual, pemukulan, penipuan, dll)
- e. Empati (*Empathy*) yaitu berupa pelayanan yang memberikan perhatian tulus dan bersifat individu yang diberikan kepada pengunjung dengan berupaya memahami kebutuhan dan keinginan pengunjung. Usaha itu, meliputi:
- 1) Keramahan petugas swalayan untuk membantu pelanggan tanpa diminta
 - 2) Solusi yang diberikan pihak swalayan dalam menangani keluhan pelanggan memuaskan
 - 3) Kesiediaan petugas swalayan untuk membantu pelanggan tanpa diminta.

2. *Quality Function Deployment (QFD)*

QFD merupakan metode terstruktur yang mampu menerjemahkan kebutuhan dan keinginan pelanggan ke dalam suatu rencana produk atau jasa yang memiliki persyaratan teknis dan karakteristik kualitas tertentu. Konsep QFD dikembangkan untuk menjamin bahwa produk atau jasa memasuki tahap produksi benar-benar dapat memuaskan kebutuhan para pelanggan dengan membentuk tingkat kualitas yang diperlukan dan kesesuaian maksimum pada setiap tahap pengembangan produk

(Cohen,1995). QFD dapat digunakan untuk membantu menjabarkan semua permasalahan yang ada di Kopma UNY Core yaitu dengan cara memanfaatkan matrik *House of Quality (HoQ)*.

F. Uji Instrumen

1. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidak suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2011). Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan *Pearson Correlation* yang didapatkan memiliki nilai di bawah 0,05 maka data yang diperoleh valid.

2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Dalam pengujian reliabilitas ini, peneliti menggunakan metode statistika *Cronbach Alpha* dengan signifikansi yang digunakan sebesar $> 0,60$ dimana jika nilai *Cronbach Alpha* dari suatu variabel $> 0,60$ maka butir pertanyaan yang diajukan dalam pengukuran instrumen tersebut memiliki reliabilitas yang memadai dan sebaliknya apabila nilai *Cronbach Alpha* dari suatu variabel $< 0,60$ maka reliabilitasnya kurang memadai (Gozhali, 2011). Alat

ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan *software* SPSS.

G. Analisis Data

Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif, yaitu analisis yang digunakan untuk mengurai hasil penelitian yang didukung oleh teori, dan berdasarkan respon dari responden. Adapun analisis data yang peneliti gunakan dengan metode *Quality Function Deployment (QFD)* dengan menggunakan alat analisis HoQ dan metode IPA. QFD merupakan metode terstruktur dan terencana yang mampu menerjemahkan kebutuhan dan keinginan pengunjung ke dalam rencana pelayanan Kopma UNY Core, yang memiliki suatu persyaratan dan karakteristik kualitas tertentu. Analisis QFD dilakukan dengan menggunakan matriks HoQ untuk memudahkan pemecahan masalah yang dihadapi dengan tepat, serta mencarikan solusi untuk tindakan penanganan masalah. Sedangkan metode *Importance Performance Analysis* adalah untuk mengetahui atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen namun belum pelayanan yang diberikan belum maksimal. Adapun tahapan analisis dalam penelitian ini adalah

1. *Importance Performance Analysis (IPA)*

Hasil pengumpulan data dari penyebaran kuesioner kepada pelanggan Kopma UNY Core kemudian dianalisis dengan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Menurut Santoso(2011) dalam Lulu Dian,dkk (2013) Adapun tahapan dalam *Importance Performance Analysis (IPA)* adalah:

- a. Menentukan tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja kualitas atribut-atribut yang diteliti melalui perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan.

$$TKi = \frac{xi}{yi} \times 100\%$$

Keterangan : Tki = tingkat kesesuaian

xi = skor penilaian kinerja

yi = skor penilaian kepentingan

- b. Menghitung rata-rata untuk setiap atribut yang dipersepsikan oleh konsumen

$$\bar{X}_i = \frac{\sum \bar{x}_i}{n} \quad \bar{Y}_i = \frac{\sum \bar{y}_i}{n}$$

Keterangan :

XI = Skor rata-rata tingkat kinerja produk

YI = Skor rata-rata tingkat kepentingan terhadap produk

n = Jumlah responden

- c. Menghitung rata-rata seluruh atribut tingkat kepentingan (\bar{Y}) dan kinerja (\bar{X}) yang menjadi batas dalam diagram kartesius.

$$\bar{X} = \frac{\sum \bar{x}_i}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum \bar{y}_i}{n}$$

Keterangan :

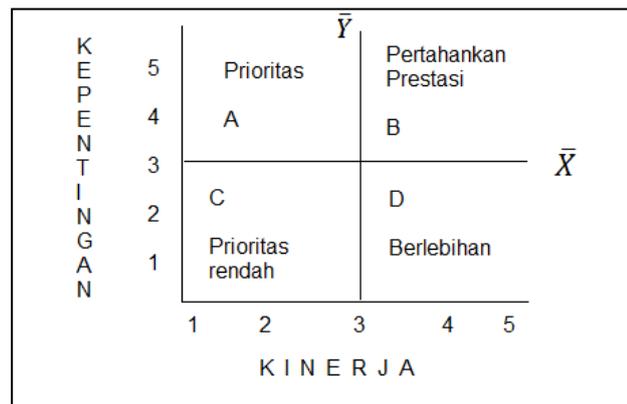
\bar{X} = rata-rata skor tingkat kinerja produk seluruh faktor atau atribut

\bar{Y} = rata-rata tingkat kepentingan seluruh atribut yang

mempengaruhi kepuasan konsumen

K = banyaknya atribut yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen

- d. penjabaran tiap atribut dalam Kuadran IPA seperti terlihat pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1
Kuadran IPA

2. *House of Quality*

a. *Customers Needs and benefits*

Mengidentifikasi keinginan pelanggan yang didapatkan dari kuesioner yang disebarakan kepada pelanggan. atribut dalam *voice of customers* tersebut diperoleh dari hasil *Importance Performance Analysi* (IPA).

b. *Analysis Planning Matrix*

Tahap ini merupakan data kuantitatif yang mengindikasikan kepentingan dari *voice of customer* dan tingkat persepsi serta harapan pelanggan.

c. *Respon Teknik (Technical Response)*

Technical Response atau disebut *The How* merupakan jawaban dari *voice of customer* yang dibuat oleh pihak Kopma UNY Core untuk merealisasikan semua kebutuhan pelanggan.

d. *Relationships*

Tahap ini merupakan penilaian kekuatan korelasi antar tiap elemen dari respon teknis yang ada pada bagian *Technical Response* dengan setiap keinginan dan kebutuhan pelanggan (*voice of customer*). Dalam pengisian korelasi terdapat simbol yang umum digunakan seperti yang terlihat pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1
Simbol *Relationship* pada HoQ

<i>Relationship Symbol</i>	<i>Value</i>
Kuat	9
Sedang	3
Lemah	1
Tidak ada	0

e. *Technical Correlation*

Technical Correlation merupakan korelasi teknis yang berisi penilaian hubungan antar respon teknis yang disebut hubungan dan saling ketergantungan antara respon teknis tertentu. Adapun simbol yang digunakan tersaji pada Tabel 3.1.

f. Penyusunan Prioritas Perbaikan (*Technical Matrix*)

Pada tahap ini merupakan bagian yang berisi target kinerja teknis.
Target teknis ini merupakan hal yang harus dilakukan oleh perusahaan agar tercapai kepuasan pada pelanggan Kopma UNY Core.