

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Pada penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah penelitian empiris. Studi empiris semacam ini berusaha untuk memberikan gambaran tentang perusahaan ritel swasta serta data responden. Istilah "data empiris" mengacu pada informasi yang diperoleh melalui survei untuk mengevaluasi ide-ide penelitian.

#### **3.2 Variabel Penelitian**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan antara berbagai komponen. Variabel penelitian ini meliputi variabel bebas dan variabel terikat. Pada penelitian ini yang menjadi variabel terikat yaitu Kualitas Pelayanan (Y), sedangkan yang menjadi variabel bebas yaitu Tingkat Kepuasan Konsumen (X).

#### **3.3 Populasi dan Sampel**

Menurut (Sugiyono, 2012) Populasi merupakan area generalisasi yang terdiri dari subjek/objek dengan karakteristik dan atribut tertentu yang digunakan peneliti guna mempelajari dan lalu menarik kesimpulan. Secara umum, sampel dapat dipahami sebagai bagian dari populasi itu sendiri. Untuk memperoleh hasil yang valid, sampel penelitian harus representatif.

Pendekatan yang digunakan untuk menentukan sampel ini adalah *non-probability*, khususnya *Purposive sampling*. Menurut (Lenaini, 2021) Purposive sampling merupakan teknik pengambilan sampel non-acak di mana ilustrasi

dikutip menggunakan metode yang mengidentifikasi identitas spesifik yang konsisten dengan tujuan penelitian sehingga peneliti diharapkan untuk menanggapi kasus studi. Karena populasinya tidak diketahui, maka besar sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Lemeshow (Polak et al., 2020), Rumus Lemeshow adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 (1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,84 \times 0,5 (0,5)}{0,01}$$

$$n = \frac{1,92 (0,5)}{0,01}$$

$$n = \frac{0,96}{0,01}$$

$$n = 96$$

Keterangan	
n	Jumlah sampel
z	Nilai standart = 1.96
p	Maksimal estimasi = 50% = 0.5
d	alpha (0,10) atau sampling error = 10%

**Gambar 3. 1 Keterangan rumus Lemeshow**

Data yang terkumpul menunjukkan bahwa jumlah minimal sampel yang dibutuhkan pada penelitian ini yaitu sebanyak 96 responden, dengan begitu akan dibulatkan oleh peneliti menjadi total 100 responden. Rumus Lemeshow digunakan pada penelitian ini karena populasi target sangat besar untuk ditentukan dengan angka sembarang. Apabila penentuan sampel telah diperoleh, instrumen penelitian didistribusikan sebagai sumber data, adapun sumber data yang digunakan yaitu :

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan serangkaian pertanyaan yang dirancang untuk mengumpulkan informasi dari responden, termasuk komentar tentang kepribadian dan fakta lain yang diketahui. Survei ini dirancang untuk memberikan informasi tentang sikap konsumen dan harapan pengecer di seluruh negeri.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan penyatuan data dengan cara membuat catatan dari kertas milik perusahaan. Karena peneliti berada di lapangan, maka pengumpulan data dan dokumentasi akan dilakukan oleh mereka. Dokumen menyediakan lokasi, sejarah, dan kemajuan perusahaan.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Pendekatan pengumpulan data yang digunakan dalam persiapan ini dijelaskan di bawah ini.

1. Studi literatur untuk referensi tentang teori yang berhubungan dengan layanan. Materi tersebut dapat berupa data yang relevan dengan pembahasan topik

kajian. Buku, jurnal, dan materi online dari sumber terpercaya dapat dijadikan sebagai sumber referensi.

2. Kuesioner adalah strategi mendapatkan data yang diperlukan untuk penelitian ini. Kuesioner merupakan cara pengumpulan data yang mengumpulkan informasi dari responden dengan mengajukan pertanyaan tentang subjek yang diselidiki.

### **3.5 Teknik Analisis Data**

Pendekatan *servqual* dipakai pada penelitian survei untuk menganalisis kesenjangan (*gap*) antara tingkat realitas layanan yang diamati oleh pelanggan dan tingkat minat layanan yang diprediksi oleh konsumen dalam pengolahan data. Setelah pengumpulan data angket, peneliti akan melakukan serangkaian tes, diantaranya:

#### **3.5.1 Uji Validitas**

Uji validitas terutama dilakukan berdasarkan hasil pengumpulan data awal angket/kuesioner. Validasi dilakukan untuk mengetahui apakah kuesioner tersebut valid atau tidak. Suatu kuesioner dianggap valid jika pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner tersebut menyarankan sesuatu yang dapat diukur dengan menggunakan kuesioner tersebut. Relevansi, oleh karena itu, adalah untuk menentukan apakah pertanyaan dalam kuesioner dapat dengan jelas mendefinisikan apa yang perlu dinilai.

### 3.5.2 Uji Realibilitas

Keandalan dapat diukur dengan menggunakan *metode One Shot*, yang hanya membutuhkan satu pengukuran. Pada penelitian ini pengukuran cukup dilakukan sebanyak satu kali, dan temuan akan dibandingkan dengan korelasi atau pertanyaan lain antara tanggapan terhadap pertanyaan diukur. Sebuah konstruk atau variabel dianggap dapat diandalkan apabila skor *Cronbach Alpha*-nya lebih besar dari 0,60.

Sesudah memastikan bahwa data terdistribusi secara normal, sah, dan dapat diandalkan, peneliti akan menghitung CSI, GAP, dan IPA.

1. Cara menghitung *GAP* Pada langkah ini, skor rata-rata untuk setiap prospek dan atribut kinerja ditentukan dan skor kinerja rata-rata dikurangi dari skor kepentingan rata-rata. Skor *Servqual* negatif berarti ada kesenjangan kualitas pada atribut kualitas. Indikator kualitas pelayanan yang baik menunjukkan bahwa kualitas tersebut cukup bagi konsumen.
2. Pada langkah ini, untuk menentukan nilai *CSI*, terlebih dahulu diidentifikasi kepentingan dari setiap atribut, kemudian diperoleh rata-rata dari setiap atribut kepentingan dan atribut kinerja kemudian dijumlahkan. Untuk mendapatkan nilai *Weight Factor*, bagilah nilai pentingnya setiap atribut dengan jumlah total nilai signifikan, kemudian kalikan nilai *Weight Factor* dengan nilai atribut performance. Untuk menghitung nilai *CSI*, bagilah indeks pembobotan dengan 4 (skala yang digunakan dalam penelitian ini).
3. Tahapan menghitung Analisis Pentingnya Kinerja Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana konsumen mengevaluasi karakteristik kualitas

layanan yang penting bagi konsumen dan efektivitas layanan yang diberikan. Jadi X dan Y adalah dua variabel. Juga, sumbu horizontal (X) diisi dengan level implementasi (kinerja), dan sumbu vertikal (Y) diisi dengan jumlah level kritis. Persamaan Penyederhanaan 30 menyederhanakan kepuasan pelanggan untuk setiap atau semua atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, dan Y adalah rata-rata skor signifikansi rata-rata dari semua atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan menggunakan persamaan tersebut.

### 3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian

Pada bulan April hingga September 2021, penelitian ini dilakukan di toko Alfamart di Kompleks GMP Jl Lintas Tanjung Playu, Kompleks GMP Blok E No. 1, RT 02 RW 01, Desa Duriangkang, Kecamatan Sungai Beduk, Batam.

Kegiatan	Tahun, Bulan dan Minggu																							
	2021																							
	April				Mei				Juni				Juli				Agustus				September			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pemilihan Topik Dan Judul	■	■																						
Pengajuan Judul			■	■																				
Pengajuan Surat Izin Penelitian Ke Kampus					■	■																		
Pengajuan Surat Izin Penelitian Ke toko Alfamart									■	■														
Mulai Penelitian									■	■														
Penulisan Bab I													■	■										
Pengumpulan Data																	■	■						
Penulisan Bab II																					■	■		
Penulisan Bab III													■	■	■	■								
Penulisan Bab IV																	■	■	■	■				
Penulisan Bab V																					■	■		

Gambar 3. 2 Jadwal Penelitian