Word to PDF v5.0 - UnRegistered Http://word-to-pdf.abdio.com
Quickly Convert Word(.doc).RTF.HTM.CSS.TXT to PDF. Buy Now

Bab 3

Metodologi Penelitian

3.1. *Flowchart* Pemecahan Masalah

Dalam penelitian ini, *flowchat* merupakan kerangka berpikir untuk melakukan penelitian di YOGYA TOSERBA. Penelitian ini dilakukan pada pekerja YOGYA. Pembuatan *flowchart* ini dilakukan untuk memudahkan peneliti dalam melakukan urutan langkah-langkah penelitian.

Gambar 3.1. *Flowchart* Pemecahan Masalah

3.2. Langkah-langkah Pemecahan Masalah

Berikut ini adalah langkah-langkah pemecahan masalah dalam penelitian yang dilakukan, yaitu :

3.1. Penggunaan kuesioner

Ini adalah langkah dimana peneliti melakukan penggunaan kuesioner yang telah ada yaitu dari Tugas Akhir (Dian Amelia, ITENAS) sebagai referensi kuesioner dimana telah disusun sebelumnya.

3.2. Penyebaran Kuesioner

Kuesioner penelitian berisi item-item pertanyaan kuesioner. Responden yang dibutuhkan untuk penyebaran kuesioner tahap awal berjumlah 30 orang responden, maka distribusi skor (nilai) akan lebih mendekati kurva normal. Tipe pertanyaan yang diberikan pada kuesioner adalah tipe pertanyaan tertutup dan terbuka. Tipe pertanyaan tertutup yaitu tidak memberikan kebebasan pada responden untuk menjawab dengan suatu pilihan tertentu menggunakan skala. Tipe pertanyaan tertutup digunakan untuk mengetahui tingkat kepentingan dan tingkat kinerja terhadap layanan jasa Supermarket serta untuk mengetahui data umum responden. Tipe pertanyaan terbuka memberikan kebebasan kepada responden untuk menjawab tanpa suatu pilihan tertentu. Tipe pertanyaan terbuka dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui keluhan dan saran untuk YOGYA TOSERBA Tasikmalaya.

Kuesioner penelitian dibagi menjadi dua bagian, yaitu:

1. Kuesioner kepentingan yaitu berisi pertanyaan-pertanyaan mengenai kebutuhan konsumen akan keinginan terhadap jasa dan layanan YOGYA TOSERBA.

   Kuesioner kepentingan ini menggunakan skala *likert* sifat data ordinal dengan empat poin bobot pernyataan sikap, yaitu untuk pengukuran tingkat kepentingan konsumen terhadap bauran pemasaran Supermarket. Skala penilaian yang digunakan dan arti penilaian yang diberikan responden dapat dilihat pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1 Skala Tingkat Kepentingan

Skala	Keterangan
1	Sangat Tidak Penting
2	Tidak Penting
3	Cukup Penting
4	Penting
5	Sangat Penting

2. Kuesioner Kinerja yaitu berisi pertanyaan-pertanyaan mengenai penilaian konsumen terhadap jasa dan layanan YOGYA TOSERBA yang diterima saat ini. Kuesioner kepuasan ini menggunakan skala *likert* dengan lima poin bobot pernyataan sikap, yaitu pengukuran tingkat setuju terhadap kepuasan kinerja bauran pemasaran yang dirasakan konsumen saat ini. Skala penilaian yang digunakan dan arti penilaian yang diberikan responden dapat dilihat pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2 Skala Tingkat Kinerja

Skala	Keterangan
1	Sangat Tidak Puas
2	Tidak Puas
3	Cukup puas
4	Puas
5	Sangat Puas

. Kuesioner disebarkan kepada responden yaitu konsumen pengguna jasa YOGYA TOSERBA sebanyak 30 buah kuesioner penelitian sehari. Jumlah ukuran sampel yang digunakan berdasarkan pada jumlah minimum ukuran sampel yang diperlukan. Dengan jumlah minimal 30 orang ini maka distribusi skor (nilai) akan lebih mendekati kurva normal dalam

Penyebaran awal ini dilakukan untuk mengetahui apakah responden mengalami kesulitan dalam memahami pertanyaan, hal ini dilakukan untuk bahan evaluasi guna penyempurnaan kuesioner. Kemudian kuesioner tersebut diuji dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas.

3.3. Pengumpulan data dan Kuesioner Penelitian yang Valid dan Reliabel

Setelah dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap seluruh data kuesioner penelitian dan terbukti valid dan reliabel, kemudian dilakukan lagi pengumpulan data untuk kuesioner penelitian. Penyebaran kuesioner penelitian ini dianggap sah apabila semua pertanyaan telah dijawab dengan salah satu pilihan jawaban dan tidak ada pertanyaan yang tidak terjawab.

3.4. Penyusunan Matrix Data Mentah

Setelah alat ukur dinyatakan lulus uji validitas dan reliabilitas, maka kuesioner disebarkan dan diisi oleh responden. Dan semua data yang telah terkumpul direkapitulasi ke dalam matriks data mentah. Matriks data mentah adalah matriks yang berisikan data-data asli dari seluruh jawaban responden terhadap pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam kuesioner. Matriks ini berasal dari jawaban responden mengenai elemen yang dianggap sangat penting dan tidak penting oleh konsumen YOGYA TOSERBA serta kepuasan terhadap layanan YOGYA TOSERBA yang diterima saat ini. Berikut ini contoh tabel matriks data mentah dapat dilihat pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3 Contoh Matrik Data Mentah Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja

Responden	Item pernyataan					
	1	2	3	…	…	n
1						

2						
3						
…						
m						

3.5. Pengolahan Data

Pada pembentukan *Importance Performance Analysis* ini akan dihasilkan perhitungan Nilai skor tingkat kepentingan dan kinerja kondisi saat ini, dan diagram *Importance Performance Analysis.*

3.5.1. perhitungan Nilai skor tingkat kepentingan dan kinerja

Perhitungan nilai kualitas dilakukan berdasarkan tingkat kepentingan dan tingkat Kinerja atau perfomansi dari setiap subelemen dalam bauran pemasaran jasa 7P pada YOGYA TOSERBA. Data-data yang digunakan merupakan data-data yang telah diuji dalam pengujian validitas dan reliabilitas. *Importance Performance Analysis* disusun berdasarkan Nilai skor tingkat kepentingan dan kinerja. Nilai skor tingkat kepentingan dan kinerja akan membuat suatu titik yang terdapat di dalam diagram *Importance and Perfomance.* Nilai skor tingkat kepentingan dan kinerja adalah rata-rata skor tingkat kepentingan suatu atribut yang mempengaruhi kepentingan. Rumusnya dapat dilihat di Bab 2.

3.5.2. Diagram *Importance and Perfomance Analysis*

Pembuatan diagram *Importance and Perfomance Analysis* bertujuan untuk menentukan faktor-faktor apa saja yang perlu diprioritaskan untuk diperbaiki.

3.6. Analisis

Pada tahapan ini dilakukan pengevaluasian efektifitas bauran pemasaran jasa yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang menjadi pelanggan di YOGYA TOSERBA. Kemudian analisis dilakukan berdasarkan unsur pada *Importance and Perfomance Analysis* yang berada pada posisi *concentrate these* (Kuadran 1/area A) serta membandingkan dengan kenyataan yang ada. Jika terdapat unsur bauran pemasaran yang dirasakan penting oleh konsumen tetapi kinerjanya tidak memuaskan maka akan dicari apa penyebabnya sehingga dapat dilakukan perbaikan.

3.7. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dari penelitian yang dilakukan yaitu menilai keoptimalan kinerja bauran pemasaran jasa YOGYA TOSERBA Tasikmalaya. Serta saran untuk meningkatkan kinerja bauran pemasaran agar kualitas pelayanan jasa YOGYA TOSERBA dapat dilakukan lebih baik lagi.