BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Objek yang diteliti pada Laporan Tugas Akhir ini adalah mengenai pelayanan yang dilaksanakan oleh Bastian Rental Mobil Bandung, yang berlokasi di Jalan Dipati Ukur No 51 Bandung.

Bastian Rental Mobil Bandung ini merupakan perusahaan transportasi yang menyediakan berbagai macam jenis mobil untuk direntalkan. Adapun hal-hal yang diteliti adalah berkaitan dengan tujuan pelayanan, pelaksanaan pelayanan, faktor-faktor yang harus diperhatikan serta masalah-masalah yang dihadapi dalam pelaksanaan pelayanan jasa dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan pada Bastian Rental Mobil Bandung.

Objek penelitian ini adalah mengenai kualitas pelayanan dimana yang menjadi indikator adalah *Tangible*, *Empathy*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurances*

3.2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan ilmu ekonomi, secara khusus menggunakan pendekatan manajemen pemasaran, berkaitan dengan kepuasan pelanggan.

Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif atau sering juga disebut dengan penelitian survei. Metode deskriptif

yaitu metode yang menafsirkan, menganalisa dan menguraikan data dan informasi secara jelas yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, atau metode penelitian yang menggambarkan apa yang dilakukan perusahaan berdasarkan fakta-fakta yang ada untuk kemudian diolah menjadi data. Dalam hal ini, khususnya mengenai kepuasan pelanggan berdasarkan data dan informasi yang didapat dan dikumpulkan.

3.2.1. Desain Penelitian

1. Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh deskripsi mengenai kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanannya pada Bastian Rental Mobil Bandung. Karena menggunakan metode survey, maka untuk menjawab tujuan penelitian (1) yaitu mengetahui tanggapan responden mengenai kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan pada Bastian Rental Mobil Bandung, maka digunakan deskriptif survei.

Tabel 3.1.
Matriks Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	**Desain Penelitian**			
	Jenis Penelitian	**Metode Yang Digunakan**	**Unit Analisis**	**Time Horizon**
T-1	*Descriptive*	*Descriptive Survey*	Jumlah penyewaan kendaraan dan Konsumen yang pernah mengunjungi Bastian Rental Mobil Bandung	*One shoot – cross sectional*

3.2.2. Operasionalisasi Variabel

Pada penelitian ini konsep variabel yang diteliti adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan *independent variable*.

Untuk lebih jelasnya, operasionalisasi variabel penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.1. berikut ini:

Tabel 3.2.
Operasional Variabel Penelitian

Variabel [1]	**Konsep Variabel [2]**	**Indikator [3]**	**Ukuran [4]**	**Skala [5]**
Kualitas Pelayanan	Kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan. Tjiptono & Chandra (2005)	▪ *Tangibles* 1. Penampilan fasilitas fisik 2. Kebersihan ruangan 3. Penampilan para karyawan	1. Tingkat Kemenarikan Tampilan fasilitas fisik 2. Tingkat kebersihan ruangan 3. Tingkat kerapihan karyawan	Ordinal
		▪ *Reliability* 1. Kemampuan memberi pelayanan yang dijanjikan 2. Keakuratan dalam pencatatan dokumen	1. Tingkat Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan 2. Tingkat keakuratan pencatatan dokumen	Ordinal
		▪ *Responsiveness* 1. Kesigapan pelayanan 2. Karyawan tanggap terhadap keluhan konsumen	1. Tingkat kesigapan pelayanan 2. Tingkat ketanggapan terhadap keluhan konsumen	Ordinal
		▪ *Assurance* 1. Kepercayaan konsumen terhadap jaminan yang dikemukakan oleh Bastian Rental Mobil 2. Keamanan yang diberikan oleh pihak Bastian Rental Mobil 3. Komunikasi karyawan dengan konsumen	1. Tingkat kepercayaan konsumen terhadap jaminan yang telah dikemukakan oleh karyawan 2. Tingkat keamanan yang diberikan Bastian rental Mobil 3. Tingkat komunikasi karyawan dengan konsumen	Ordinal

		▪ *Empathy* 1. Perhatian karyawan terhadap konsumen yang mendapat masalah 2. Pemahaman terhadap kebutuhan konsumen	1. Tingkat perhatian karyawan terhadap konsumen 2. Tingkat pemahaman karyawan	Ordinal

3.2.3. Metode Penarikan Sampel

3.2.3.1. Populasi

Menurut Umi Narimawati (2010:37), populasi adalah "Objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu sesuai informasi yang ditetapkan oleh peneliti, sebagai satu unit analisis penelitian.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek / subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek / subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik / sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu (Sugiyono 2009:80).

Dalam penelitian ini, sasaran populasi yang dipilih adalah konsumen yang pernah mengunjungi Bastian Rental Bandung, yaitu 153 orang

3.2.3.2. Sampel

Menurut Umi Narimawati (2010:38), sampel adalah sebagian dari populasi yang dipilih untuk menjadi unit pengamatan dalam penelitian. Metode

penarikan sampel yang digunakan mengacu kepada pendekatan slovin, pendekatan ini dinyatakan dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Batas Kesalahan yang ditoleransi (1%, 5%, 10%)

Dengan menggunakan rumus tersebut, maka ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{153}{(1 + (153x10\%^2))}$$

$$n = \frac{153}{2{,}53} = 60{,}474$$ dibulatkan menjadi 60 responden.

3.2.4. Jenis dan Metode Pengumpulan Data

3.2.4.1. Primer dan Sekunder

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua kelompok, yaitu :

1. Data Primer

   Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang menjadi sampel penelitian untuk mengetahui kepuasan pelanggan pada Bastian Rental Mobil Bandung. Disamping itu, data primer juga merupakan data yang diperoleh dari wawancara langsung dengan karyawan pada perusahaan tersebut tentang kepuasan pelanggan pada Bastian Rental Mobil Bandung.

2. Data Sekunder

   Data yang telah ada dan tersusun secara sistematis serta merupakan data tertulis dari pihak perusahaan, seperti data yang berbentuk profil perusahaan. Selain itu data juga diperoleh dari sumber tertulis seperti: literatur, artikel, berbagai *website*, dan tulisan ilmiah yang dianggap relevan dengan topik permasalahan.

3.2.4.2. Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono, pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara. Bila dilihat dari *setting*-nya, data dapat dikumpulkan pada *setting* alamiah (*natural setting*), pada laboratorium dengan metode eksperimen, di rumah dengan berbagai responden, pada suatu seminar, diskusi dan sebagainya.

Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber

sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen (Sugiyono 2009:137).

Jadi dalam pengumpulan data diatas yaitu primer dan sekunder, maka penulis melakukan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Studi Lapangan (*Field Research*)

   Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan penelitian ke lapangan atau ke perusahaan yang dijadikan objek penelitian secara langsung.

   Dalam teknik ini terdapat tiga cara yang dilakukan yaitu :

   a. Observasi, yaitu pengumpulan data melalui pengamatan dan pencatatan oleh pengumpul data terhadap gejala / peristiwa yang diselidiki pada obyek penelitian.
   b. Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data dengan menyebar daftar pertanyaan untuk diisi oleh sejumlah responden. Untuk mendapatkan data yang diperoleh bagi pencapaian sasaran penelitian ini maka digunakan pengukuran melalui sejumlah kuesioner. Dimana responden mengisi sendiri kuesioner tersebut dengan menggunakan skala likert (lima skala). Menurut Sugiyono (2000:86) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk keperluan analisis kualitatif, maka jawaban itu diberi skor 1 sampai dengan 5, seperti dalam tabel berikut ini:

Tabel 3.3.
Skala Likert

Jawaban	Bobot Nilai Positif	Bobot Nilai Negatif
Sangat Baik	5	1
Baik	4	2
Cukup Baik	3	3
Kurang Baik	2	4
Sangat Kurang Baik	1	5

c. Wawancara, yaitu pengumpulan data melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara pewawancara (pengumpul data) dengan responden (sumber data).

2. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Teknik ini dilakukan untuk memperoleh data sekunder; merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung, melainkan telah tersedia di lapangan observasi yang dilakukan sebagai landasan teoritis dan menganalisa masalah yang diteliti dengan cara mempelajari literatur-literatur dan media lain yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

a. Dokumentasi, yaitu dilakukan dengan menelaah dan mengkaji catatan / laporan dan dokumen-dokumen lain dari berbagai organisasi yang ada kaitannya dengan permasalahan yang diteliti, yang dalam hal ini adalah kepuasan pelanggan.

3.2.5. Metode Analisis

Sebelum data dianalisis, terlebih dahulu dilakukan pengelolaan data. Setelah data terkumpul melalui kuesioner maka langkah selanjutnya adalah

melakukan tabulasi, yaitu memberikan nilai (*scoring*) sesuai dengan sistem yang ditetapkan. Jawaban kuesioner menggunakan skala likert 5-4-3-2-1 yang digunakan untuk mengukur sikap.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan jenis analisis kualitatif dan menggunakan pendekatan analisis data kuantitatif, dengan menggunakan alat bantu analisis data statistik, baik yang bersifat deskriptif maupun verifikatif yang digunakan dalam penelitian ini. Analisis kualitatif digunakan untuk melihat faktor penyebab.

Untuk maksud mendeskripsikan data pada setiap variabel penelitian terutama untuk melihat gambaran secara umum penelitian responden atau tanggapan responden dilakukan dengan membuat pengkategorian sesuai dengan pernyataan dari Rendi Panuju (1995:45) bahwa "untuk menentukan kategori tinggi, sedang dan rendah terlebih dahulu harus menentukan nilai Indeks minimum, maksimum dan intervalnya serta jarak intervalnya" sebagai berikut :

1. Nilai indeks minimum adalah nilai skor minimum dikali jumlah pertanyaan dikali jumlah responden.
2. Nilai indeks maksimum adalah nilai skor tertinggi dikali jumlah pertanyaan dikali jumlah responden.
3. Interval adalah selisih antara nilai indeks maksimum dengan nilai indeks minimum.
4. Jarak interval adalah interval ini dibagi jumlah jenjang yang diinginkan.

Penentuan kategori dalam ukuran persentase dilakukan dengan perhitungan sebagai berikut:

Skor minimum dalam persentase $= \frac{skor\ \min nimum}{skor\ maksimum} \times 100\%$

$= \frac{1}{5} \times 100\%$

$= 20\%$

Skor maksimum dalam persentase $= \frac{skor\ maksimum}{skor\ maksimum} \times 100\%$

$= \frac{5}{5} \times 100\%$

$= 100\%$

Interval dalam persentase = skor maksimum – skor minimum

= 100% - 20%

= 80%

Panjang interval dalam persentase $= \frac{Interval}{Jenjang}$

$= \frac{80\%}{5}$

= 16%

Sehingga pengkategorian skor jawaban responden untuk masing-masing item penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 3.4
Penilaian Terhadap Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan Atas Kualitas Pelayanan Pada Bastian Rental Mobil Bandung

Jawaban	Nilai
Sangat Baik	5
Baik	4
Cukup Baik	3
Kurang Baik	2
Sangat Kurang Baik	1

Tabel 3.5
Pengkategorian Skor Jawaban Kinerja pada Bastian Rental Mobil

Interval Tingkat Intensitas	Kriteria
20% - <36%	Sangat Tidak Memuaskan
36% - <52%	Tidak Memuaskan
52% - <68%	Cukup Memuaskan
68% - <84%	Memuaskan
84% - <100%	Sangat Memuaskan

Tabel 3.6
Pengkategorian Skor Jawaban Harapan pada Bastian Rental Mobil

Interval Tingkat Intensitas	Kriteria
20% - <36%	Sangat Tidak Penting
36% - <52%	Tidak Penting
52% - <68%	Cukup Penting
68% - <84%	Penting
84% - <100%	Sangat Penting