

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Lokasi yang menjadi fokus penelitian adalah Kura-Kura Resort yang terletak di pulau Menyawakan bagian dari kepulauan Karimun Jawa, Kabupaten Jepara, Provinsi Jawa Tengah. Secara geografis Kepulauan Karimun Jawa terletak pada 5° 48' 26.64' LS dan 110° 21' 49' BT.

B. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode deskriptif bertujuan untuk mendapatkan gambaran dari fenomena yang terjadi di masa sekarang. Tujuan penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antara fenomena yang diselidiki M. Nazir (2003:45). Sedangkan Winarno Surachmad (1998:140) mengemukakan bahwa metode deskriptif mempunyai ciri-ciri:

1. Memusatkan diri pada pemecahan masalah-masalah yang ada pada masa sekarang dan masalah-masalah actual.
2. Data yang dikumpulkan mula-mula disusun, dijelaskan dan kemudian dianalisa, karena itu metode ini sering juga disebut metode analisis.

Penelitian deskriptif yang dilakukan oleh peneliti bertujuan untuk memperoleh deskripsi mengenai gambaran tentang kualitas pelayanan di Kurakura Resort, Karimunjawa.

Penelitian ini menggunakan data *kuantitatif* dimana menurut Burns dan Bush (2003:204) yaitu penelitian yang membutuhkan penggunaan struktur pertanyaan dimana pilihan-pilihan jawabannya telah disediakan dan membutuhkan banyak responden. Format yang didapat adalah berupa angka atau *numerik*. Tujuan dari penelitian *kuantitatif* adalah untuk mendapatkan jawaban yang sangat spesifik.

C. Operasionalisasi Variabel

Untuk memahami dan menentukan data yang akan digunakan sebagai alat ukur penelitian, maka variabel-variabel tersebut dapat dioperasionalkan sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Dimensi Kualitas Pelayanan	Konsep Dimensi	Atribut	Skala
Tangible (Bukti Fisik)	Berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.	1. Lokasi 2. Kondisi bangunan resort. 3. Penampilan karyawan. 4. Lingkungan sekitar resort & cottage. 5. Fasilitas	ordinal
Emphaty (Empati)	Perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para	1. Memberikan perhatian individual kepada para pelanggan. 2. Karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan.	ordinal

	pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.		
Dimensi Kualitas Pelayanan	Konsep Dimensi	Atribut	Skala
Reliability (Reliabilitas)	kemampuan memberikan pelayanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepaati.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyediakan jasa sesuai yang dijanjikan. 2. Menyampaikan jasa secara benar semenjak pertama kali. 	Ordinal
Responsivness (Daya Tanggap)	kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespons permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menginformasikan pelanggan tentang kepastian waktu penyampaian jasa. 2. Kesediaan untuk membantu pelanggan. 3. Kesiapan untuk merespons permintaan pelanggan. 4. Keluhan pelanggan 	Ordinal
Assurance (Jaminan)	Perilaku karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan yang menumbuhkan rasa percaya para pelanggan. 2. Membuat pelanggan merasa aman sewaktu melakukan transaksi. 3. Karyawan secara konsisten bersikap sopan. 	Ordinal

	masalah pelanggan.		
--	--------------------	--	--

Sumber: Diadaptasi dari Parasuraman, et al. (Fandy Tjiptono, 2005:158)

D. Alat Pengumpulan Data

Instrumen atau alat pengumpul data merupakan alat yang digunakan dalam menjangkau atau mengumpulkan data dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian ini, instrumen penelitiannya berupa kuesioner, kamera, alat tulis dan alat perekam untuk wawancara.

E. Populasi, Sampel & Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas Objek/subjek yang menjadi kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2009:117). Adapun pengertian populasi menurut Sudjana (2007:66), “Populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin hasil menghitung atau pengukuran kuantitatif maupun kualitas mengenai karakteristik-karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang dipelajari sifat-sifatnya”. Suharsimi Arikunto (2006:130) mengemukakan bahwa: Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi.

Berdasarkan pengertian diatas, maka yang menjadi populasi sasaran dari penelitian ini adalah wisatawan Kurakura resort.

2. Sampel & Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2009:118), sampel adalah “Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Tidak terdapat batasan tertentu mengenai berapa besar sampel yang diambil dari populasi, karena abasah tidaknya sampel bukan terletak pada besar atau banyaknya sampel yang diambil tetapi terletak pada sifat dan karakteristik sampel apakah mendekati populasi atau tidak. Sedangkan teknik sampling Menurut Sugiyono (2009:62) adalah: “Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian.

Teknik sampling yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *Nonprobability Sampling*. Menurut Sugiyono (2009:66) *Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Jenis teknik *Nonprobability Sampling* yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sampling jenuh. Menurut Sugiyono (2009:68) sampling jenuh adalah: “teknik penentuan sampel bila semua anggota populaasi digunakan sebagai sampel”. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang, atau penelitian yang ingin membuat kesalahan generalisasi dengan kesalahan yang kecil. Istilah adalah sensus, diamana semua anggota populasi dijadikan sampel.

Alasan pengambilan sampel jenuh dikarenakan keterbatasan waktu dan biaya dari peneliti sehingga jumlah sampel yang diambil sama dengan jumlah

populasi yakni 40 orang yang didapat dari hasil penyebaran kuesioner dengan bantuan wawancara mulai tanggal 14-31 Mei 2011.

Sugiyono (1999:12) memberikan saran-saran tentang ukuran-ukuran sampel yakni Bila sampel dibagi dalam kategori (pria-wanita, pegawai negeri – swasta) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30 sampel.

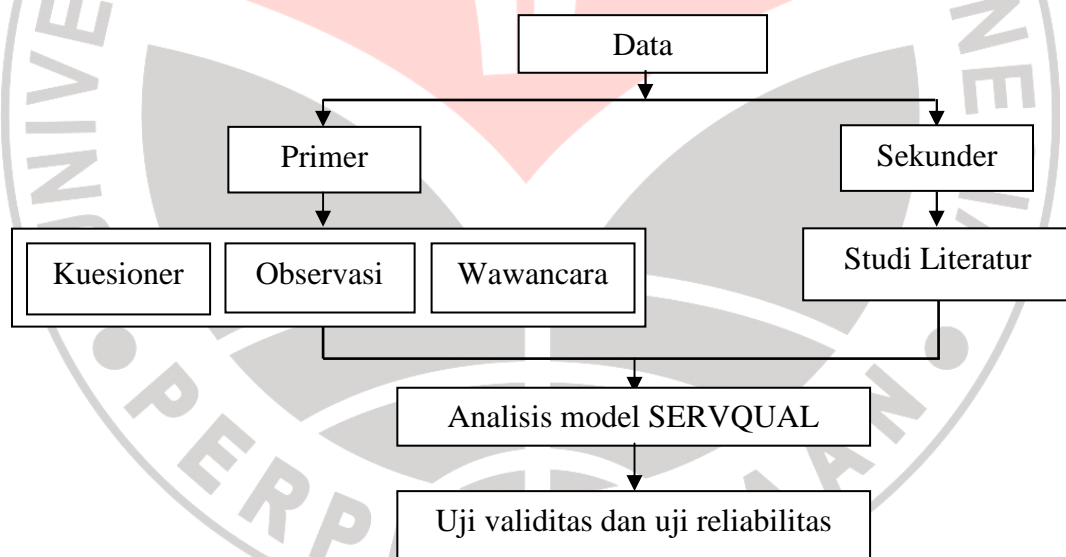
F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses pengadaan untuk keperluan penelitian dimana data yang terkumpul untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Data yang diperoleh dalam penelitian ini didapatkan dengan menggunakan teknik sebagai berikut:

1. Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data primer melalui penyebaran angket yang merupakan daftar pertanyaan yang dibuat secara tertulis dan disusun sedemikian rupa mengenai analisis kualitas pelayanan di Kurakura Resort Karimunjawa.
2. Observasi, yaitu pengamatan terhadap objek penelitian dan data yang diperlukan dalam penelitian, yang diteliti adalah analisis kualitas pelayanan di Kurakura Resort Karimunjawa.
3. Studi literatur, yaitu usaha untuk mengumpulkan informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan juga gambaran umum yaitu mengenai kualitas pelayanan

4. Wawancara merupakan cara interaksi dan komunikasi antara pengumpul data dan narasumber. Wawancara dapat diartikan sebagai cara mengumpulkan data langsung yang diperoleh dari narasumber baik dengan cara dicatat maupun direkam menggunakan alat perekam. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara dengan pihak pengelola dan pihak-pihak terkait lainnya untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam penelitian dengan cara mencatat langsung hasil wawancara tersebut.

G. Prosedur dan Teknik Pengumpulan Data



Gambar 3.1
Prosedur dan Teknik pengumpulan data

Menurut Sugiyono (2004:129) berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu : data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari hasil penelitian langsung secara empirik kepada pelaku langsung

atau yang terlibat langsung dengan menggunakan teknik pengumpulan data tertentu. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain atau hasil penelitian pihak lain yang berasal dari buku-buku, literatur, artikel dan tulisan-tulisan ilmiah. Data primer dan data sekunder di atas diperoleh dari sumber data, sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan keterangan tentang data. Sumber data primer adalah pelaku yang terlibat langsung dengan karakter yang diteliti sedangkan sumber data sekunder adalah karakter hasil liputan lain. Lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini, maka penulis mengumpulkan dan menyajikannya dalam Tabel 3.2 berikut:

Tabel 3.2
Jenis dan Sumber data

No	Nama data	Sumber data	Jenis data
1.	Data Kualitas Pelayanan	Kurakura Resort Karimunjawa	Primer
2.	Jenis produk yang dijual	Kurakura Resort Karimunjawa	Sekunder
3.	Statistik kunjungan wisatawan tahun 2008-2010	Kurakura Resort Karimunjawa	Sekunder
4.	Data keluhan wisatawan tahun 2008-2010	Kurakura Resort Karimunjawa	Sekunder
5.	Sejarah dan Profil perusahaan	Kurakura Resort Karimunjawa	Sekunder
6.	Statistik kunjungan wisatawan Indonesia tahun 2006-2010	BPS (diolah kembali oleh P2DSJ)	Sekunder
7.	Statisti kunjungan wisatawan Kabupaten Jepara tahun 2006-2010	(http://www.ticjepara.com)	Sekunder
8.	Statistk kunjungan wisatawan Kepulauan Karimunjawa tahun 2008-2010	(http://www.ticjepara.com)	Sekunder

H. Teknik analisis data

Penelitian ini menggunakan pengukuran model SERVQUAL sebagai teknik analisis data. Model SERVQUAL didasarkan pada asumsi bahwa konsumen membandingkan kinerja jasa pada atribut-atribut yang relevan dengan standar ideal/sepurna untuk masing-masing atribut jasa. Bila kinerja sesuai dengan atau melebihi standar, maka persepsi atas kualitas jasa keseluruhan akan positif dan sebaliknya. Model ini menganalisis gap antara dua variabel pokok, yakni jasa yang diharapkan (*Expected service*) dan jasa yang dipersepsikan (*perceived service*).

Pengukuran kualitas jasa dalam model SERVQUAL didasarkan pada skala *multi-item* yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan, serta gap diantara keduanya pada lima dimensi utama kualitas jasa (realibilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik). Evaluasi kualitas jasa menggunakan model SERVQUAL mencakup perhitungan diantara nilai yang diberikan para pelanggan untuk setiap atribut dengan harapan dan persepsi. Variabel harapan dan persepsi disusun dalam atribut-atribut berdasarkan pada skala Likert dari 1 (Sangat Tidak Setuju) sampai 7 (Sangat Setuju). Skor SERVQUAL untuk setiap pasang atribut, bagi masing-masing pelanggan dapat dihitung berdasarkan rumus Zeithaml, et.al (Fandy Tjiptono, 2005 : 157) sebagai berikut:

$$\text{Skor SERVQUAL} = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Harapan}$$

Statistik deskriptif bertujuan untuk mengetahui nilai rata-rata harapan dan persepsi dari pelanggan terhadap kualitas pelayanan. Rumus untuk nilai rata-rata yaitu:

$$\bar{X}_H = \frac{\sum_{i=1}^n H}{n} \quad ; \quad \bar{X}_P = \frac{\sum_{i=1}^n P}{n}$$

Keterangan:

\bar{X}_H dan \bar{X}_P = nilai rata-rata harapan dan persepsi pada setiap dimensi kualitas pelayanan.

$$\frac{\sum_{i=1}^n H}{n}$$

= jumlah nilai harapan responden pada setiap dimensi kualitas pelayanan dibagi dengan jumlah responden.

$$\frac{\sum_{i=1}^n P}{n}$$

= jumlah nilai persepsi responden pada setiap dimensi kualitas pelayanan dibagi dengan jumlah responden.

Pada penelitian ini akan dihitung nilai rata-rata harapan dan persepsi setiap dimensi kualitas pelayanan.