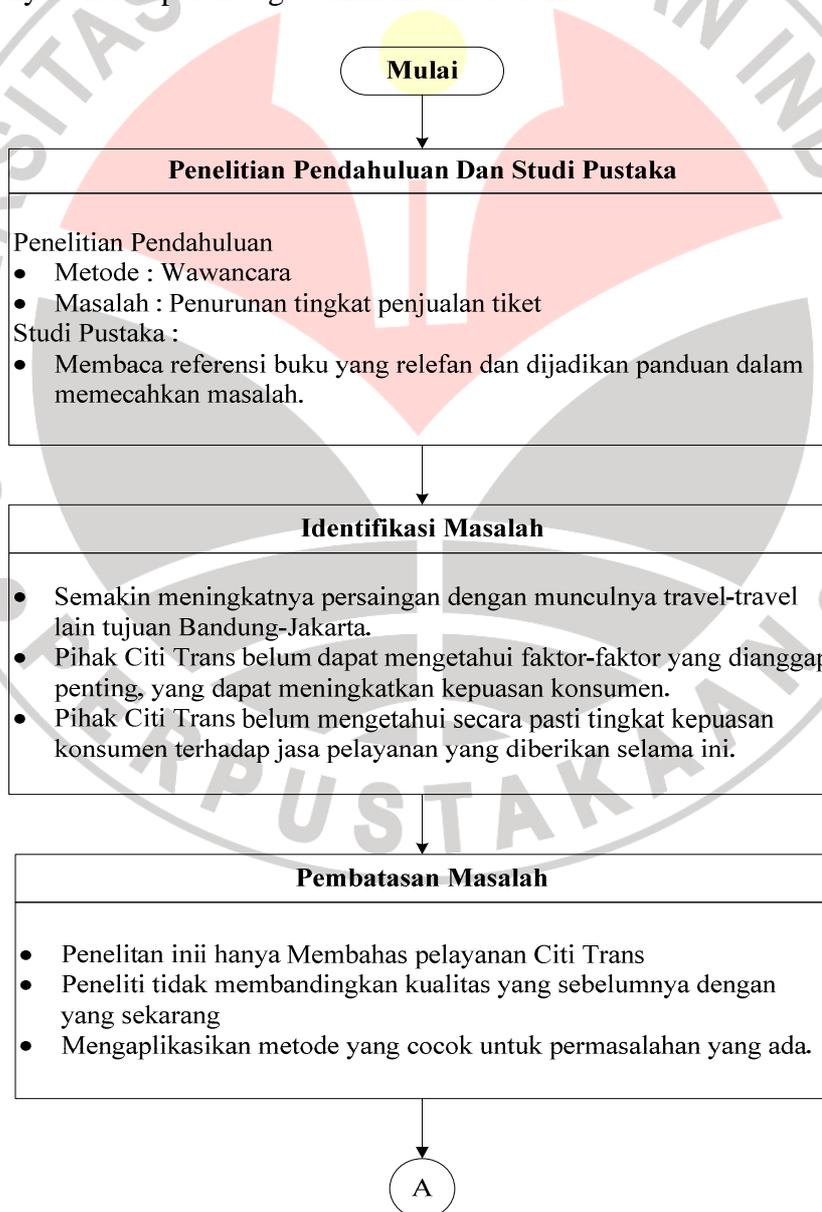
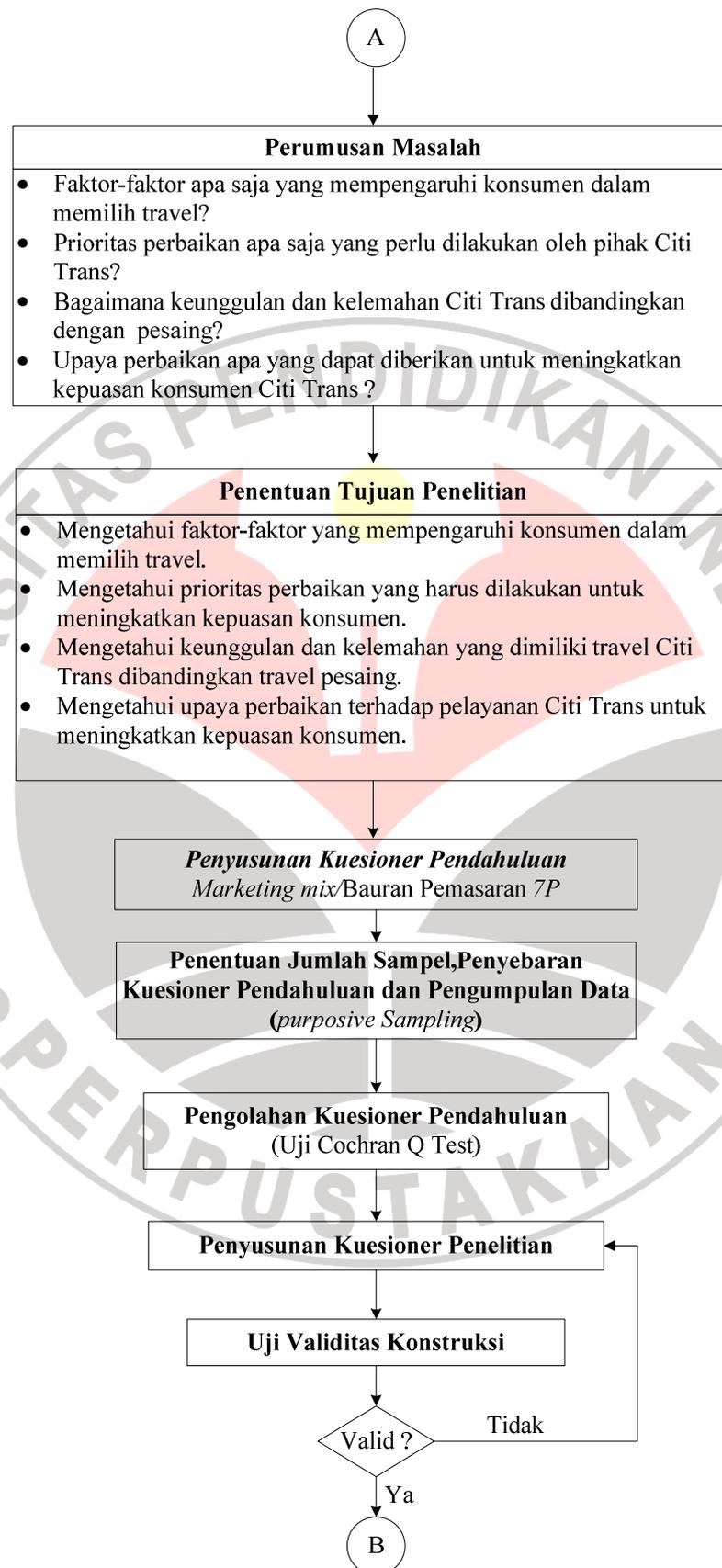


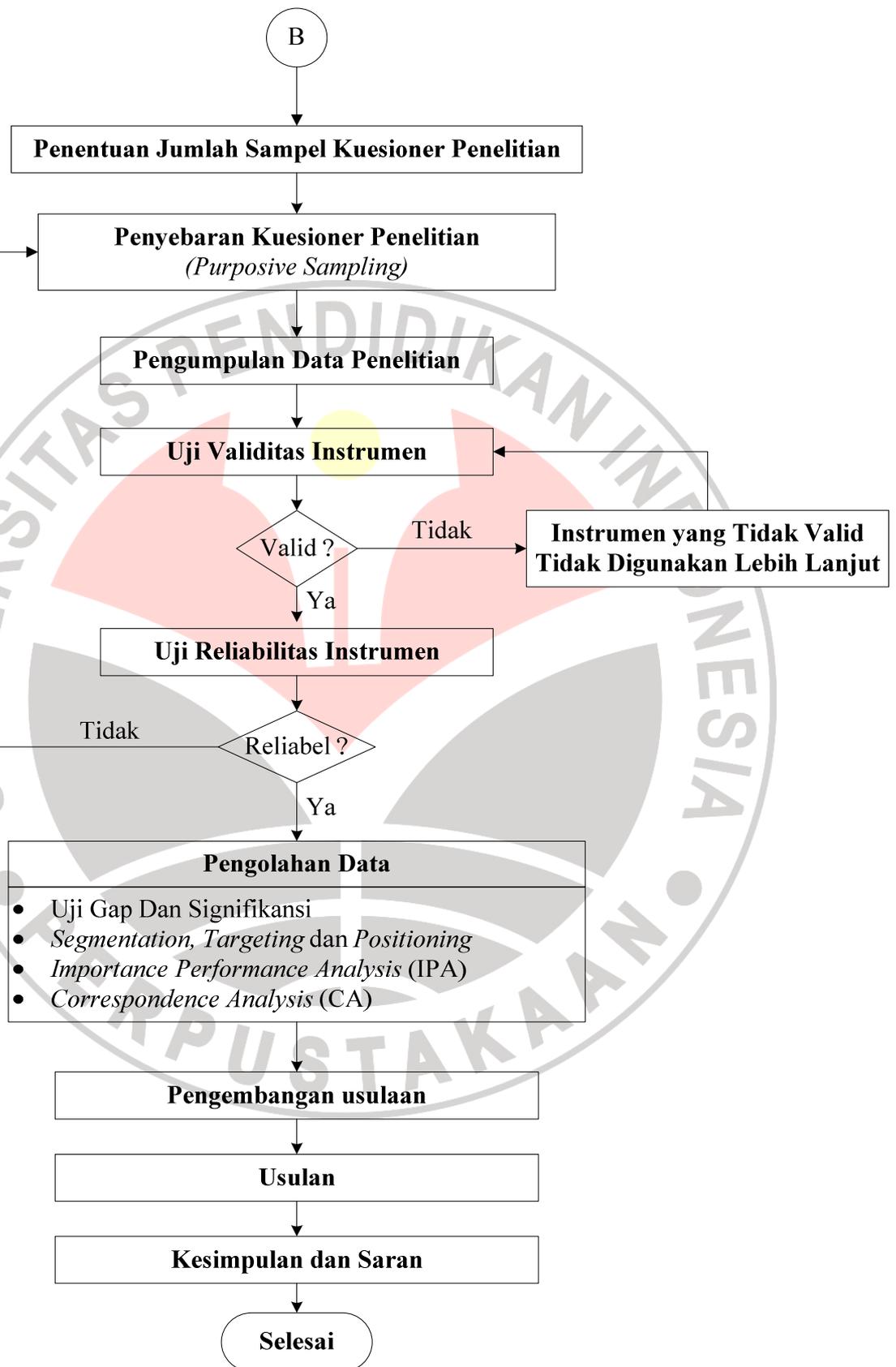
BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Penyusunan laporan tugas akhir ini dilakukan sesuai dengan langkah-langkah penelitian yang akan diperlihatkan pada diagram di bawah ini, agar penelitian ini dapat berjalan secara baik dan terarah. Sehingga dapat membantu untuk memecahkan permasalahan yang ada. Adapun langkah-langkah penelitian dalam penyusunan laporan tugas akhir ini antara lain :







3.1 Penelitian Pendahuluan Dan Studi Pustaka

Penelitian pendahuluan dilakukan dengan cara wawancara dan observasi kepada pihak perusahaan untuk mengetahui masalah apa yang sedang dihadapi oleh perusahaan saat ini. Pada bagian ini peneliti melakukan wawancara dengan perwakilan dari Citi Trans. Dan peneliti juga membaca buku-buku yang berhubungan dengan permasalahan yang dihadapi, sehingga dapat dijadikan bahan referensi untuk membantu menemukan pemecahan dalam masalah ini.

3.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bpk. Budi selaku pimpinan HRD dari pihak Citi Trans yang berlokasi di Bandung, diduga bahwa beberapa masalah yang timbul saat ini dikarenakan :

1. Semakin meningkatnya persaingan dengan munculnya travel-travel lain tujuan Bandung-Jakarta.
2. Pihak Citi Trans belum dapat mengetahui faktor-faktor yang dianggap penting, yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
3. Pihak Citi Trans belum mengetahui secara pasti tingkat kepuasan konsumen terhadap jasa pelayanan yang diberikan selama ini.

3.3 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan

Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti menyusun kuesioner untuk mengetahui pendapat konsumen terkait pelayanan yang diberikan Citi Trans.

Dalam pembuatan kuesioner pendahuluan akan ditanyakan beberapa atribut yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih travel dengan menggunakan metode bauran pemasaran, dimana dilakukan dengan cara melakukan pengelompokan berdasarkan 7P, yaitu :

Product

Produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen dalam pemenuhan kebutuhannya.

Price

Besarnya biaya yang harus dikeluarkan konsumen untuk memperoleh produk atau jasa yang ditawarkan.

Place

Lokasi dimana produk atau jasa tersedia.

Promotion

Cara yang dilakukan pihak penyedia produk atau jasa untuk memperkenalkan produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen.

People

Orang - orang yang berperan dalam pelayanan produk atau jasa.

Process

Proses yang terjadi antara konsumen dengan pihak penyedia produk atau jasa.

Physical Evidence

Bukti fisik yang dapat mempengaruhi penilaian konsumen terhadap produk atau jasa.

Dilanjutkan dengan metode *Segmentation, Targeting, dan Positioning*.

Kuesioner ini terdiri dari 2 bagian, yaitu :

1. Berisi pertanyaan untuk mengetahui pesaing
2. Berisi pernyataan atribut yang dianggap penting oleh reponden dalam memilih travel.

Berdasarkan metoda di atas, atribut dari pengelompokan 7P pada kuesioner pendahuluan disusun sebagai berikut:

Tabel 3.1
Atribut 7P Kuesioner Pendahuluan

7P	No	Atribut	Penting	Tidak Penting
<i>Product</i>	1	Ketepatan waktu keberangkatan		
	2	Ketepatan waktu tiba di tempat tujuan		
	3	Kenyamanan AC mobil (kesejukan udara dalam mobil)		
	4	<i>Snack</i> / minuman ringan saat keberangkatan		
	5	Fasilitas hiburan yang tersedia di dalam mobil (Musik, tersedia <i>headset</i>)		
	6	Kenyamanan Kursi mobil		
	7	Kendaraan relatif baru		
	8	Kendaraan tidak mengalami kerusakan di perjalanan		
	9	Tersedianya sabuk pengaman disetiap mobil		
	10	Adanya fasilitas <i>wifi di ruang tunggu</i>		
<i>Price</i>	11	harga tiket murah dan terjangkau		
	12	kesesuaian harga dengan pelayanan dan fasilitas yang diterima		

Tabel 3.2
Atribut 7P Kuesioner Pendahuluan (Lanjutan)

7P	No	Atribut	Penting	Tidak Penting
<i>Place</i>	13	Lokasi <i>pool</i> yang mudah dijangkau kendaraan umum		
	14	<i>Pool</i> dekat dengan jalan tol		
	15	Adanya ruang tunggu khusus untuk bebas asap rokok		
	16	Ruang tunggu yang nyaman		
<i>Promotion</i>	17	Potongan harga bagi pelajar dan mahasiswa		
	18	pengundian tiket untuk hadiah hari raya (Natal, Idulfitri, dan lain-lain)		
	19	Diskon pada hari senin		
<i>People</i>	20	Karyawan ramah dalam melayani penumpang/Calon penumpang		
	21	Supir tanggap terhadap keluhan konsumen		
	22	Karyawan cepat tanggap dalam memenuhi kebutuhan penumpang/calom penumpang		
	23	Supir handal dalam mengemudikan kendaraan		
	24	Jumlah karyawan memadai		
	25	karyawan rapih dalam berpakaian		
<i>Physical Evidence</i>	26	Tersedianya toilet di <i>pool</i>		
	27	Kebersihan toilet yang terjaga		
	28	Tersedianya tempat sampah di <i>pool</i>		
	29	Kapasitas ruang tunggu yang luas		
	30	Tersedianya kursi di luar ruang tunggu		
	31	jumlah kursi tunggu di <i>pool</i>		
	32	Tersedianya <i>stand</i> tempat penjualan makanan/oleh-oleh		
	33	Kesejukan ruang tunggu (tersedianya AC atau kipas angin)		
<i>Process</i>	34	Proses pelayanan pembelian tiket cepat		
	35	Adanya penggunaan sistem online dalam pemesanan tiket		
	36	Kesesuaian tempat duduk yang tertera pada tiket		
	37	Adanya standar prosedur operasional perusahaan		
	38	Cara pembayaran selain tunai (dengan kartu kredit atau debit)		
	39	Ketepatan perhitungan total biaya yang harus dibayar		
	40	Adanya layanan terhadap keluhan konsumen		

3.4 Penentuan Jumlah Sampel, Penyebaran Kuesioner Pendahuluan dan Pengumpulan Data Pendahuluan

Setelah penyusunan kuesioner pendahuluan, langkah selanjutnya adalah menentukan jumlah sampel kuesioner yang akan disebar. Jumlah sampel untuk kuesioner pendahuluan adalah sebanyak 30 buah. Namun untuk menghindari adanya kuesioner yang rusak atau tidak layak dijadikan sampel, maka disebar 40 buah. Selanjutnya kuesioner pendahuluan disebar dengan cara *purposive Sampling* kepada orang-orang yang pernah menggunakan jasa travel baik yang pernah menggunakan Citi Trans maupun pesaing yang nantinya dianggap paling berpengaruh.

3.5 Pengolahan Kuesioner Pendahuluan

Data dari kuesioner pendahuluan ini diolah untuk mengetahui faktor apa saja yang dianggap penting bagi konsumen dalam memilih travel dengan menggunakan metode *Cochran Q Test*. Metode *Cochran Q Test* adalah sebagai berikut :

a. Hipotesis

H_0 : Semua atribut yang diuji memiliki proporsi jawaban YA yang sama

H_1 : Semua atribut yang diuji memiliki proporsi jawaban YA yang berbeda

b. Statistik Uji :

$$Q = \frac{(k-1) \left[k \sum_j c_j^2 - \left(\sum_j c_j \right)^2 \right]}{k \sum_i R_i - \sum_i R_i^2}$$

$$Q = \frac{\left[k(k-1) \sum_i c_j^2 \right] - \left[(k-1) \left(\sum_i c_j \right)^2 \right]}{k \sum_i R_i - \sum_i R_i^2}$$

Dimana :

k : Jumlah atribut pertanyaan

C_j : Kolom (atribut)

R_i : Baris (responden)

c. Kriteria : $Q > \chi^2_{(\alpha, v)}$, Dengan $\chi^2_{(\alpha, v)}$ diperoleh dari tabel *Chi Square* dengan taraf signifikansi α dan derajat kebebasan v

Keputusan : Tolak H_0 jika $Q > Q_{(\alpha, v)}$

d. Kesimpulan :

- Bila H_0 ditolak berarti belum ada kesamaan pendapat responden tentang atribut tersebut. Dalam hal ini perlu dilakukan pengujian selanjutnya dengan membuang atribut yang memiliki proporsi jawaban YA paling kecil. Pengujian dilakukan seterusnya sampai diperoleh kesimpulan bahwa terdapat kesamaan pendapat responden tentang atribut produk.
- Bila H_0 diterima maka pengujian dihentikan

3.6 Penyusunan Kuesioner Penelitian

Kuesioner penelitian disusun berdasarkan atribut-atribut pernyataan yang terpilih dari hasil pengolahan kuesioner pendahuluan dengan metode Cochran Q Test sebelumnya. Sehingga pada kuesioner penelitian ini diperoleh dari data-data yang tidak tereduksi dari pengujian Cochran Q Test.

3.7 Uji Validitas Konstruksi

Sebelum kuesioner penelitian disebar, dilakukan uji validitas konstruksi yaitu dengan mengkonsultasikan isi pernyataan kuesioner penelitian kepada beberapa ahli. Tujuannya untuk mengetahui apakah pernyataan yang ada pada kuesioner sudah baik dan dapat digunakan untuk mengukur apa yang akan diukur. Jika tidak valid, maka isi pernyataan kuesioner harus diperbaiki. Jika sudah valid, dapat dilanjutkan ke penentuan jumlah sampel kuesioner penelitian.

3.8 Penentuan Jumlah Sampel Kuesioner Penelitian

Penentuan jumlah sampel dilakukan untuk menentukan jumlah sampel yang memenuhi tingkat ketelitian 10% dalam penelitian. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Paul-Leddy, yaitu:

$$N = \left(\frac{Z}{e} \right)^2 (p)(1 - p)$$

Dimana :

N = ukuran sampel

e = *sampling error* yang dipergunakan

p = Proporsi populasi yang diteliti, jika tidak dapat memperkirakan proporsi populasi maka diambil kemungkinan terburuk ($p = 0.5$)

Perhitungan Jumlah Sampel :

$$N = \left(\frac{Z_{(0.05/2)}}{0.1} \right)^2 (0.5)(1-0.5)$$

$$N = \left(\frac{1.96}{0.1} \right)^2 (0.5)(0.5)$$

$$= 96.04 \approx 97$$

Untuk mengantisipasi kesalahan responden dalam pengisian kuesioner maka sampel yang diambil sebesar 120 data responden.

Teknik Sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*.

3.9 Penyebaran Kuesioner Penelitian

Penyebaran kuesioner penelitian dilakukan dengan cara *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan beberapa pertimbangan tertentu. Oleh karena itu, sebelum sampel dibagikan kepada responden sebelumnya terlebih dahulu ditanyakan apakah pernah menggunakan jasa Citi Trans, dan travel yang dinyatakan berpengaruh dalam penelitian ini atau belum. Jika penumpang yang bersangkutan pernah menggunakan semua jasa travel di atas, maka mereka akan diminta kesediaannya untuk mengisi kuesioner.

3.10 Uji Validitas Instrumen

Dalam uji validitas instrumen (teknik korelasi), dinyatakan valid (sah) jika instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam hal ini, yang diukur validitasnya yaitu persepsi responden dengan diketahui derajat kebebasan 5% dan jumlah sampel = 120, dengan menggunakan nilai korelasi dimana maka pengujian koefisien korelasi dapat dihitung dengan menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* dengan rumus seperti berikut ini :

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Dimana:

r = koefisien korelasi skor item instrumen dengan skor total

N = jumlah responden

X = skor responden untuk satu pernyataan/ item

Y = total skor seluruh pernyataan/ item

Koefisien korelasi (r) yang diperoleh selanjutnya dibandingkan dengan angka kritik nilai r (r_{kritik}). Angka kritik nilai r (r_{kritik}) ini diperoleh dari tabel. Jika angka korelasi yang diperoleh lebih besar dari angka kritik nilai r (r_{kritik}) yang dipergunakan, maka pernyataan dapat dikatakan valid. Sedangkan jika angka korelasi yang diperoleh lebih kecil dari angka kritik nilai r (r_{kritik}) yang dipergunakan, maka pernyataan dikatakan tidak valid. Jika pertanyaan tidak valid maka pernyataan atau atribut tersebut tidak dipergunakan kembali.

Didapatkan dari tabel bahwa r kritik adalah 0.1798. Dengan demikian nilai r hitung yang lebih besar dari 0.1798 dinyatakan valid. Uji validitas dilakukan dengan bantuan Program SPSS (*Statistical Program for Social Science*) 11.5.

3.11 Uji Reliabilitas Instrumen

Pada langkah ini dilakukan pengujian reliabilitas untuk mengetahui apakah instrumen yang didapatkan reliabel dengan hubungan yang erat, maka instrumen yang diperoleh dapat digunakan untuk pengolahan data selanjutnya. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil alat ukur tersebut dapat diandalkan dari kesalahan pengukuran. Pengujian reliabilitas pada penelitian ini menggunakan metode *Alpha Cronbach*. Metode perhitungan reliabilitas ini merupakan metode yang dikembangkan oleh *Cronbach*. Koefisien *Alpha Cronbach* (α) dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{N}{N-1} \left(\frac{S^2 - \sum Si^2}{S^2} \right)$$

Dimana:

α = koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach*

N = banyaknya butir pertanyaan

S^2 = varians skor keseluruhan

Si^2 = varians masing-masing item

Untuk menentukan keeratan hubungan digunakan kriteria Guilford :

$\alpha < 0.2$: Hubungan sangat kecil

$0.2 \leq \alpha < 0.4$: Hubungan sangat kecil (tidak erat)

$0.4 \leq \alpha < 0.7$: Hubungan cukup erat

$0.7 \leq \alpha < 0.9$: Hubungan yang erat (reliabel)

$0.9 \leq \alpha < 1.0$: Hubungan yang sangat erat (sangat reliabel)

$\alpha = 1.00$: Hubungan yang sempurna

Jika hasil uji reliabilitas kuesioner tersebut belum reliabel maka perlu dilakukan perbaikan selanjutnya dengan penyebaran kuesioner kembali, tetapi jika data sudah reliabel maka dapat dilanjutkan ke pengolahan data.

3.12 Pengolahan Data

Pada pengolahan data, peneliti akan menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA 4 kuadran) dan *Correspondance Analysis* (CA). Untuk melihat keunggulan dan kelemahan Travel Citi Trans dibandingkan travel lainnya, dengan program SPSS 11.5.

3.13 Analisis

Analisis dilakukan terhadap hasil pengolahan data yang telah diperoleh sebelumnya. Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini antara lain: analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan travel Citi Trans dari hasil uji Gap dan Signifikansi. Analisis profil dan karakteristik

konsumen untuk mengetahui segmen pasar, target pasar dan *positioning* travel Citi Trans. Analisis prioritas perbaikan pelayanan dari hasil pengolahan *Importance-Performance Analysis*, dan analisis keunggulan dan kelemahan Travel Citi Trans dari hasil pengolahan *Correspondence Analysis*.

3.14 Pengembangan Usulan

Peneliti memberikan usulan berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan jasa travel Citi Trans . Usulan tersebut berisi upaya-upaya yang perlu dilakukan oleh pihak Citi Trans agar kekurangan-kekurangan yang selama ini dimiliki dapat diperbaiki. Sehingga mampu meningkatkan daya saing dengan pesaing-pesaingnya.

Prosedur pemberian usulan dalam penelitian ini dapat digambarkan dalam tabel dibawah ini :

Tabel 3.3
Prosedur Pemberian Usulan IPA

No	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	Signifikansi	Usulan
1	Kuadran I (Perbaikan Prioritas I)	Signifikan	Perbaiki Prioritas I
2		Tidak signifikan	Dipertahankan
3	Kuadran II (Dipertahankan)	Signifikan	Dipertahankan
4		Tidak signifikan	Dipertahankan
5	Kuadran III (Perbaikan Prioritas II)	Signifikan	Perbaiki Prioritas II
6		Tidak signifikan	Dipertahankan
7	Kuadran VI (Diabaikan)	Signifikan	Diabaikan
8		Tidak signifikan	Diabaikan

Setelah diperoleh usulan IPA diatas, maka akan dibandingkan lagi dengan usulan berdasarkan hasil CA. Proses tersebut dapat dilihat dalam tabel dibawah ini :

Tabel 3.4
Prosedur Pemberian Usulan Gabungan IPA dan CA

No	<i>Importance Performance Analysis (IPA) + Signifikansi</i>	<i>Correspondence Analysis</i>	Usulan
1	Perbaiki Prioritas I	Tertinggal	Perbaiki Prioritas I
2		Netral	Perbaiki Prioritas II
3		Unggul	Perbaiki Prioritas III
4	Perbaiki Prioritas II	Tertinggal	Perbaiki Prioritas IV
5		Netral	Perbaiki Prioritas V
6		Unggul	Perbaiki Prioritas VI
7	Dipertahankan	Tertinggal	Perbaiki Prioritas VII
8		Netral	Dipertahankan
9		Unggul	Dipertahankan
10	Diabaikan	Tertinggal	Perbaiki Prioritas VIII
11		Netral	Diabaikan
12		Unggul	Diabaikan

Usulan yang diberikan berdasarkan gabungan atribut-atribut yang memiliki perbedaan yang signifikan atau tidak signifikan dari uji Gap dan hasil matriks IPA. Selanjutnya usulan antara uji Gap dan IPA, akan dibandingkan dengan usulan berdasarkan CA. Bila ada atribut-atribut yang sudah unggul di IPA sedangkan di CA harus diperbaiki maka, atribut tersebut tetap harus diperbaiki. Begitu juga sebaliknya.

Setelah diperoleh usulan untuk masing-masing atribut, maka dari usulan tersebut diberikan upaya-upaya yang perlu dilakukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen travel Citi Trans.

3.15 Kesimpulan Dan Saran

Dari hasil analisis, peneliti akan menarik beberapa kesimpulan mengenai solusi permasalahan yang ada. Peneliti juga memberikan beberapa saran kepada travel Citi Trans mengenai perbaikan kualitas pelayanannya untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan penelitian lebih lanjut.

