

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus yang bertujuan menggali informasi dan menelaah permasalahan – permasalahan yang terjadi dalam Bengkel PT. X Surabaya kemudian dieksplorasi secara logis sesuai dengan kaidah keilmuan sehingga pendekatan kualitatif ini memungkinkan peneliti melakukan pembahasan yang cukup luas dan mendalam atas suatu kasus yang terjadi dalam program studi tersebut. Selain itu, pendekatan kualitatif ini juga dipilih karena menawarkan kebebasan untuk mendapatkan *first hand information*.

Tipe studi kasus eksploratif dipilih karena peneliti ingin menggali lebih dalam tentang kualitas yang ada dalam program studi tersebut dengan menyusun *voice of customes* sehingga peneliti dapat menentukan prioritas perbaikan kualitas di Bengkel PT. X Surabaya serta melakukan rancangan perbaikan pada atribut kualitas tersebut.

3.2 Batasan Penelitian

Penelitian ini memerlukan batasan untuk memperoleh informasi yang terukur dan tepat. Batasan – batasan yang ditentukan adalah sebagai berikut :

1. Objek penelitian adalah Bengkel PT. X Surabaya.
2. Waktu penelitian adalah Bulan Mei 2015 – Juni 2015.

3. Responden adalah pelanggan bengkel yang sedang memakai fasilitas di Bengkel PT. X Surabaya.

3.3 Identifikasi Variabel

Menurut Sugiyono (2010) dalam Moniva (2013) Variabel adalah suatu atribut atau sifat dari orang, obyek, dan kegiatan yang mempunyai variabel tertentu kemudian ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan diambil suatu kesimpulan. Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan, maka variabel-variabel dalam dimensi *service quality* pada Bengkel PT. X Surabaya yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Tangibles* (Bukti Fisik)
2. *Reliability* (Keandalan)
3. *Responsiveness* (Daya Tanggap)
4. *Assurance* (Jaminan)
5. *Empathy* (Empati)

3.4 Definisi Operasional

Menurut Nazir (2003) Definisi operasional variabel adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel tersebut. Variabel – variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. *Tangibles* (Bukti fisik)

Bukti fisik adalah fasilitas dan peralatan fisik yang mendukung pelayanan jasa. Indikator variabelnya adalah

- a. Kenyamanan ruang tunggu
- b. Bengkel menyediakan fasilitas ruang tunggu yang memadai bagi pelanggan bengkel
- c. Lahan parkir bagi pelanggan bengkel luas
- d. Ketersediaan tempat duduk dalam ruang tunggu memadai bagi pelanggan bengkel
- e. Kebersihan dari toilet dan wangi bagi pelanggan bengkel
- f. Karyawan bengkel berpenampilan rapi dan bersih
- g. Bengkel terletak di lokasi yang strategis dan mudah dijangkau

2. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Daya tanggap adalah keinginan para karyawan bengkel untuk membantu para pelanggan bengkel dengan tanggap. Indikator variabel ini adalah:

- a. Waktu tunggu untuk mendapatkan pelayanan *service advisor*
- b. Penanganan keluhan pelanggan bengkel setelah *service*
- c. Ketanggapan petugas bengkel dalam melakukan pemeriksaan kendaraan sebelum melakukan *service*
- d. Ketanggapan dan kemampuan *service advisor* dalam memenuhi permintaan perbaikan dari pelanggan bengkel
- e. Kemampuan mekanik dalam melakukan perbaikan

3. *Reliability* (Kehandalan)

Keandalan adalah kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Indikator dari variabel ini adalah:

- a. Pemberian informasi terkait pelayanan dan perbaikan
- b. Ketepatan waktu *service* kendaraan
- c. Kemampuan mekanik
- d. Pengetahuan *service advisor*
- e. Penjelasan bukti pengerjaan kepada pelanggan bengkel
- f. Informasi biaya yang diberikan kepada pelanggan bengkel

4. *Assurance* (jaminan)

Jaminan adalah pengetahuan dan kesopanan dari karyawan, dan kemampuan untuk mendapatkan kepercayaan dan keyakinan dari pelanggan bengkel. Indikator variabelnya meliputi:

- a. Pemberian informasi *Service advisor* kepada pelanggan bengkel
- b. Pemberian garansi atas perbaikan yang telah dilakukan kepada pelanggan bengkel
- c. Keamanan terhadap barang-barang yang terdapat di dalam kendaraan pada saat melakukan *service*
- d. Nilai moral dan sopan santun karyawan terhadap pelanggan bengkel

5. *Empathy* (Empati)

Empati adalah kesediaan layanan dan karyawan bengkel untuk peduli, memahami emosi atau perasaan pelanggan bengkel, dan memberikan perhatian kepada pelanggan bengkel secara individual dan adil.

Indikator variabelnya meliputi:

- a. *Follow up* mengenai ada tidaknya keluhan setelah melakukan *service* yang dilakukan oleh pihak bengkel
- b. Perhatian karyawan bengkel terhadap seluruh pelanggan bengkel dengan seluruh jenis kendaraan Toyota
- c. Layanan *Customer Service* memberikan penyelesaian atas keluhan atau permasalahan yang disampaikan oleh pelanggan bengkel
- d. Inisiatif karyawan bengkel dalam membantu pelanggan bengkel bengkel

3.5 Komponen Desain Penelitian

3.5.1 Pertanyaan Penelitian

Penelitian ini memiliki dua butir pertanyaan yang terinci dalam rumusan masalah penelitian. dua butir pertanyaan yang akan dijawab yaitu Apakah komponen-komponen yang diprioritaskan untuk perbaikan dalam kualitas pelayanan bengkel PT. X Surabaya dengan menggunakan *Importance Performance Analysis* ? dan Bagaimanakah urutan prioritas perbaikan kualitas pelayanan bengkel PT. X Surabaya dengan menggunakan *Potential Gain Customer Value*?

3.5.2 Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah ukuran kualitas, penentuan prioritas perbaikan kualitas, dan usulan perbaikan kualitas pada Bengkel PT. X Surabaya.

3.5.3 Logika Pengaitan antara Data dengan Permasalahan Penelitian

Data yang dikumpulkan harus berpedoman pada proposisi yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini, hasil pengumpulan data yang diperoleh akan dihubungkan dengan proposisi yang ada. Logika yang menghubungkan antara data dengan proposisi dapat dilakukan dengan banyak cara sehingga dapat memberikan arahan apakah data yang didapat memiliki hubungan terhadap proposisinya. Pengumpulan data yang relevan adalah sesuai dengan pertanyaan penelitian. Berikut ini menjelaskan tentang logika penelitian dengan pertanyaan penelitian yang telah dibuat:

Tabel 3.1 Logika Pengaitan antara Data dengan Permasalahan Penelitian

No.	Permasalahan penelitian	Data yang relevan	Kriteria	Logika pengaitan dengan permasalahan penelitian
1.	Apakah komponen-komponen yang diprioritaskan untuk perbaikan dalam kualitas pelayanan bengkel PT. X Surabaya dengan menggunakan <i>Importance Performance Analysis</i> ?	<p>Hasil analisis <i>gap</i> dari kepentingan dan kinerja menurut pelanggan bengkel dengan menggunakan metode <i>SERVQUAL</i></p> <p>Hasil wawancara dengan para pengambil keputusan di Bengkel PT. X Surabaya</p>	<p>Atribut kualitas layanan dengan nilai <i>gap</i> negatif</p> <p>Pendapat manajemen bengkel terhadap atribut kualitas pelayanan Bengkel PT. X Surabaya yang kurang dan memerlukan perbaikan</p>	<p>Dengan mengetahui adanya atribut kualitas layanan yang memiliki nilai <i>gap</i> negatif di Bengkel PT. X Surabaya serta hasil analisis wawancara dengan pihak manajemen mengenai pendapat tentang atribut kualitas pelayanan di Bengkel PT. X Surabaya yang masih kurang akan dapat diketahui mana atribut kualitas yang memerlukan perbaikan sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam menentukan prioritas perbaikan kualitas pada Bengkel PT. X Surabaya</p>

Lanjutan...

No.	Permasalahan penelitian	Data yang relevan	Kriteria	Logika pengaitan dengan permasalahan penelitian
2.	Bagaimanakah urutan prioritas perbaikan kualitas pelayanan bengkel PT. X Surabaya dengan menggunakan <i>Potential Gain Customer Value</i> ?	<p>Hasil analisis nilai indeks <i>PGCV</i> menggunakan metode indeks <i>PGCV</i></p> <p>Hasil wawancara dengan para pengambil keputusan di Bengkel PT. X Surabaya</p>	<p>Atribut kualitas layanan dengan nilai indeks <i>PGCV</i> paling tinggi</p> <p>Pendapat manajemen bengkel terhadap atribut kualitas pelayanan Bengkel PT. X Surabaya yang kurang dan memerlukan perbaikan</p>	<p>Dengan mengetahui atribut pelayanan dengan hasil nilai indeks <i>PGCV</i> yang paling tinggi di Bengkel PT. X Surabaya serta hasil analisis wawancara dengan pihak manajemen mengenai pendapat tentang atribut kualitas pelayanan di Bengkel PT. X Surabaya yang masih kurang akan dapat diketahui mana atribut kualitas yang memerlukan perbaikan sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam menentukan prioritas perbaikan kualitas pada Bengkel PT. X Surabaya</p>

3.5.4 Kriteria untuk Menginterpretasikan Temuan

Dengan melihat penilaian pelanggan bengkel mengenai bagaimana kinerja pelayanan bengkel dan layanan apa yang menurut mereka penting di kuesioner *SERVQUAL* yang sudah disebar, maka akan didapatkan apakah ada kesenjangan antara kepentingan konsumen atau pelanggan bengkel dengan kinerja pelayanan yang diberikan oleh Bengkel PT. X Surabaya.

Langkah selanjutnya setelah mengetahui hasil analisis *gap* dari kepentingan dan kinerja konsumen yaitu pelanggan bengkel, selanjutnya menganalisis hasil dari analisis *gap* kedalam kuadran *Importance Performance Analysis* yang hasilnya berupa komponen-komponen yang akan diprioritaskan berdasarkan metode *Potential Gain Customer Value*. Langkah selanjutnya menentukan prioritas berdasarkan metode *Potential Gain Customer Value* dan hasil analisis dari wawancara dengan pihak manajemen bengkel, maka dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam menentukan prioritas perbaikan kualitas di Bengkel PT. X Surabaya.

3.6 Jenis Penelitian dan Sumber Data

Studi kasus adalah jenis penelitian yang dipilih oleh peneliti untuk menentukan prioritas perbaikan serta rancangan perbaikan dari Bengkel PT. X Surabaya yang kemudian didukung dengan kuesioner *SERVQUAL* dari konsumen yaitu pelanggan bengkel dan wawancara dengan pihak manajemen bengkel.

Penelitian ini menggunakan dua jenis data seperti yang ada pada Sekaran (2003), yaitu:

- a. Data primer, yaitu data yang dikumpulkan secara langsung untuk penelitian dari tempat aktual terjadinya peristiwa. Penelitian ini memiliki dua data primer, data primer pertama diperoleh langsung dengan cara memberikan kuesioner *Servqual* kepada konsumen atau tamu Bengkel PT. X Surabaya. Data primer kedua diperoleh melalui wawancara dengan pihak manajemen Bengkel PT. X Surabaya
- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh melalui sumber lain, merupakan data yang telah ada sebelumnya dan tidak perlu dikumpulkan sendiri oleh peneliti. Data ini didapatkan dengan cara mempelajari literatur, buku – buku, studi pustaka, serta data dari Bengkel PT. X Surabaya.

3.7 Prosedur Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data pada penelitian ini, peneliti mendapatkan beberapa alternatif data melalui:

1. Studi Kepustakaan

Pada tahap ini peneliti melakukan studi kepustakaan, dengan mencari landasan teori yang mendukung dalam kegiatan penelitian yaitu yang dapat membantu mengatasi permasalahan dalam penelitian. Dalam hal ini landasan teori berkaitan dengan kualitas, jasa, dimensi jasa, analisis kesenjangan (*gap analysis*), *Importance Performance Analysis* dan indeks *Potential Gain in Customer Value* sebagai *tools* yang bertujuan

untuk menganalisis kesesuaian antara kepentingan dan kinerja menurut pelanggan bengkel, mencari tahu prioritas perbaikan atribut kualitas, dan memberikan usulan perbaikan pada Bengkel PT. X Surabaya.

2. Dokumen

Dalam studi lapangan diperoleh data – data sekunder mengenai Bengkel PT. X Surabaya. Adapun dokumen yang dapat digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah sejarah, visi dan misi, struktur organisasi serta data tentang jumlah pelanggan bengkel per bulan (Januari – Juni 2015) di Bengkel PT. X Surabaya.

3. Studi Lapangan

Tahap selanjutnya adalah studi lapangan yaitu peneliti akan melakukan pengamatan secara langsung melalui observasi, yaitu mengumpulkan data dari berbagai sumber untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian

4. Wawancara

Peneliti melakukan wawancara secara langsung pada perwakilan pihak manajemen bengkel yang bertugas sebagai pengambil keputusan agar informasi tentang atribut kualitas yang kurang dapat lebih tergali dan bersifat subjektif yang artinya akan tidak memunculkan banyak opini yang tidak diperlukan.

5. Kuesioner

Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner pada seluruh sample yaitu 100 orang responden. Penyebaran kuesioner ini bertujuan untuk

mengetahui apakah ada kesenjangan atau *gap* antara kepentingan pelanggan bengkel dengan kinerja pada pelayanan yang diberikan oleh pihak manajemen Bengkel PT. X Surabaya dengan pertanyaan tertutup sesuai dengan tujuan penelitian. Pada proses ini kuesioner dibuat dalam dua tahap, yaitu kuesioner awal dan kuesioner akhir. Adapun pertanyaan yang akan ditanyakan dalam kuesioner adalah sebagai berikut:

1. *Tangibles* (Bukti Fisik)

Penampilan dari fasilitas fisik, peralatan, karyawan dari Bengkel PT. X Surabaya. Indikatornya meliputi:

- a. Kenyaman ruang tunggu
- b. Bengkel menyediakan fasilitas ruang tunggu yang memadai bagi pelanggan bengkel
- c. Lahan parkir bagi pelanggan bengkel luas
- d. Ketersediaan tempat duduk dalam ruang tunggu memadai bagi pelanggan bengkel
- e. Kebersihan dari toilet dan wangi bagi pelanggan bengkel
- f. Karyawan bengkel berpenampilan rapi dan bersih
- g. Bengkel terletak di lokasi yang strategis dan mudah dijangkau

2. *Reliability* (Keandalan)

Kemampuan pihak manajemen bengkel untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan bengkel secara tepat, handal, dan akurat. Berikut indikatornya:

- a. Pemberian informasi terkait pelayanan dan perbaikan
- b. Ketepatan waktu *service* kendaraan
- c. Kemampuan mekanik
- d. Pengetahuan *service advisor*
- e. Penjelasan bukti pengerjaan kepada pelanggan bengkel
- f. Informasi biaya yang diberikan kepada pelanggan bengkel

3. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Kemampuan pihak karyawan bengkel untuk membantu dan memberikan pelayanan kepada pelanggan bengkel. Berikut indikatornya:

- a. Waktu tunggu untuk mendapatkan pelayanan *service advisor*
- b. Penanganan keluhan pelanggan bengkel setelah *service*
- c. Ketanggapan petugas bengkel dalam melakukan pemeriksaan kendaraan sebelum melakukan *service*
- d. Ketanggapan dan kemampuan *service advisor* dalam memenuhi permintaan perbaikan dari pelanggan bengkel

- e. Kemampuan mekanik dalam melakukan perbaikan

4. *Assurance* (Jaminan)

Pengetahuan, keramahan, serta kesopanan karyawan bengkel untuk menimbulkan kepercayaan serta kenyamanan pelanggan bengkel. Indikatornya meliputi:

- a. Pemberian informasi *Service advisor* kepada pelanggan bengkel
- b. Pemberian garansi atas perbaikan yang telah dilakukan kepada pelanggan bengkel
- c. Keamanan terhadap barang-barang yang terdapat di dalam kendaraan pada saat melakukan *service*
- d. Nilai moral dan sopan santun karyawan terhadap pelanggan bengkel

5. *Empathy* (empati)

Kesediaan layanan dan karyawan bengkel untuk peduli, memahami emosi atau perasaan pelanggan bengkel dan memberikan perhatian kepada pelanggan bengkel secara individual dan adil. Indikatornya meliputi:

- a. *Follow up* mengenai ada tidaknya keluhan setelah melakukan *service* yang dilakukan oleh pihak bengkel
- b. Perhatian karyawan bengkel terhadap seluruh pelanggan bengkel dengan seluruh jenis kendaraan Toyota

- c. Layanan *Customer Service* memberikan penyelesaian atas keluhan atau permasalahan yang disampaikan oleh pelanggan bengkel
- d. Inisiatif karyawan bengkel dalam membantu pelanggan bengkel bengkel

3.8 Prosedur Penentuan Sampel

Menurut Sugianto,dkk (2001) populasi adalah keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang ingin diteliti. Banyaknya pengamatan atau anggota suatu populasi disebut ukuran populasi, sedangkan satu nilai yang menggambarkan ciri/karakteristik populasi disebut parameter. Sedangkan menurut Sekaran dan Bougie (2013) Populasi adalah keseluruhan sekelompok orang, peristiwa, hal-hal, yang mmenarik yang ingin diteliti oleh peneliti. Dalam penelitian ini yang digunakan sebagai sampel adalah seluruh orang yang sedang menggunakan pelayanan jasa bengkel di Bengkel PT. X Surabaya. Menurut Sekaran dan Bougie (2013) Sampel adalah bagian dari populasi, yang terdiri dari beberapa anggota dari populasi, beberapa tapi tidak semua dari elemen populasi akan membentuk sampel. Pengambilan sampel adalah suatu proses yang dilakukan untuk memilih dan mengambil sampel secara benar dari suatu populasi, sehingga dapat digunakan sebagai wakil yang dapat mewakili populasi tersebut. Penelitian ini menggunakan metode penarikan *Purposive Sampling* yaitu dengan kriteria seluruh orang yang sedang memakai fasilitas di Bengkel PT. X Surabaya.

Kriteria ini dipilih karena responden haruslah yang sedang memakai fasilitas di Bengkel PT. X Surabaya.

3.9 Teknik Analisis

Langkah – langkah analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Menurut Sarwono (2008:85) dalam Masela (2012), suatu skala pengukuran dikatakan valid apabila skala tersebut digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dengan demikian uji validitas dapat didefinisikan sebagai ukuran seberapa kuat atau akurat suatu alat pengukur melakukan fungsi ukuranya. Sementara menurut Arikunto (2010), Validitas instrumen adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen. Validitas dapat diukur menggunakan pearson correlation (Sarwono, 2008:188) dalam Masela (2012).

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item – item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)
- b. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item – item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama (Masela, 2012). Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu alat atau instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 2010). Skala pengukuran yang reliabel sebaiknya memiliki nilai *alpha cronbach* minimal 0,60 (Ghozali, 2001:240).

3. Penggunaan metode *SERVQUAL*

Setelah menyebarkan kuesioner kepada responden maka akan dihitung analisis *gap* antara harapan dan kenyataan dari pelanggan bengkel. Setelah itu akan diidentifikasi hasil dari analisis *gap* untuk mengetahui mana atribut yang memiliki *gap* paling tinggi antara harapan dan kenyataan.

4. Penggunaan metode *Importance Performance Analysis* (IPA)

Importance Performance Analysis (IPA) digunakan untuk menentukan atribut kualitas yang diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan. Menurut Linus et al., (2013), IPA dilakukan dengan dua cara yaitu analisis tingkat kesesuaian dan diagram kartesius. Tingkat kesesuaian akan dihasilkan dari perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan pelanggan bengkel. Urutan prioritas perbaikan melalui analisis tingkat kesesuaian yang diberi dari nilai paling tinggi hingga yang paling rendah. Sedangkan metode diagram kartesius dilakukan dengan cara memetakan skor kinerja dan kepentingan menurut pelanggan bengkel dalam diagram x-y

5. Penggunaan indeks *Potential Gain Customer Value*

Indeks PGCV merupakan sebuah perluasan dari metode analisis pemasaran yang disebut *importance/performance analysis*, dan berhubungan dengan metode lain yang di ajukan oleh peneliti *service quality* lainnya dan untuk *quality function deployment (QFD)*. Indeks PGCV berbeda dari QFD, indeks PGCV mampu menghasilkan input kuantitatif untuk sebuah strategi analisis dengan spectrum luas termasuk didalamnya analisis kompetitif, model statistic multivariate yang lebih canggih, maupun spesifikasi desain. Indeks PGCV sendiri bisa digunakan untuk studi jasa pelanggan untuk memperoleh fokus output kuantitatif (Hom, 1997)

3.10 Tahapan Penelitian

Terdapat beberapa tahapan yang harus dilakukan dalam melakukan penelitian ini, antara lain:

1. Tahap awal penelitian

Pada tahap ini peneliti mengidentifikasi latar belakang, rumusan masalah, serta tujuan penelitian. Setelah itu melakukan studi kepustakaan atau literatur, serta mengidentifikasi variabel yang akan dijabarkan ke dalam lima dimensi *service quality* pada industri perbengkelan

2. Tahap pengumpulan data

Pada tahap ini peneliti mengidentifikasi sampel penelitian dan mengumpulkan data yang kemudian akan digunakan untuk membuat dan menyebarkan kuesioner.

3. Tahap pengolahan data

Pada tahap ini peneliti melakukan penyebaran kuesioner, lalu hasil penyebaran kuesioner tersebut diuji validitas dan reliabilitasnya. Data yang tidak valid akan dihapus dan tidak disertakan pada perhitungan reliabilitas.

4. Tahap analisis dan pembahasan

Pada tahap ini dilakukan interpretasi terhadap hasil dari pengolahan data dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis*, dan indeks *Potential Gain in Customer Value*.

5. Pada tahap ini peneliti menjelaskan kesimpulan hasil pengolahan data dan pembahasan yang telah dilakukan serta rekomendasi saran yang dapat digunakan oleh Bengkel PT. X Surabaya.