

BAB III

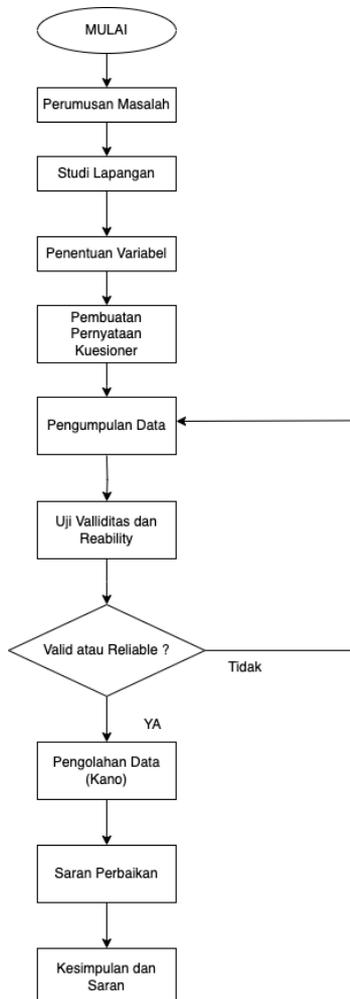
METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek dan Subjek Penelitian

Objek dalam penelitian ini yaitu pada pelayanan jasa PT. Travelogy Jelajah Indonesia. Subjek penelitian ini yaitu PT. Travelogy Jelajah Indonesia yang berada di Jalan Griya Satria Bantarsoka, Kecamatan Purwokerto Barat, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53133.

3.2 Diagram Alur Penelitian

Gambar 3.1 alur penelitian ini menjelaskan urutan tahapan penelitian yang dilakukan. Langkah awal adalah merumuskan masalah terkait kepuasan pelanggan terhadap layanan jasa PT. Travelogy Jelajah Indonesia. Tujuan penelitian adalah mengetahui atribut yang perlu dibutuhkan untuk perbaikan layanan, mengetahui persepsi pelanggan terhadap kepuasan layanan, dan memberikan usulan perbaikan serta pengembangan berdasarkan keinginan pelanggan. Selanjutnya dilakukan studi literatur, observasi langsung, penentuan variabel penelitian, dan pembuatan kuesioner. Data yang diperoleh dari kuesioner kemudian diuji validitas dan reliabilitasnya menggunakan SPSS v25. Jika data tidak layak digunakan, maka akan dilakukan pengambilan data ulang. Setelah data layak, dilakukan klasifikasi menggunakan model Kano. Hasil klasifikasi Kano selanjutnya dianalisis untuk menentukan upaya perbaikan, dan pada akhirnya ditarik kesimpulan berdasarkan hasil penelitian.



Gambar 3.1 Diagram Alur Penelitian

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Pengambilan data dilakukan dengan cara observasi lapangan serta menyebarkan kuesioner yang pernah menggunakan jasa travel kepada pelanggan melalui perantara pemilik PT. Travelogy Jelajah Indonesia. Observasi lapangan dilakukan untuk mengetahui situasi secara langsung di lokasi, termasuk kondisi, fasilitas, dan pelayanan jasa PT. Travelogy Jelajah Indonesia. Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data didapatkan dari data primer dalam penelitian ini diperoleh dari pelanggan yang pernah menggunakan jasa PT. Travelogy Jelajah Indonesia, adapun sumber data sekunder dalam penelitian ini dilakukan dengan cara membaca jurnal, teori,

referensi dan berbagai macam buku yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan dan pelayanan jasa.

Metode kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert lima poin yang digunakan untuk menghitung skor atas jawaban atau tanggapan responden yang dijabarkan yaitu, Suka (1), Berharap (2), netral (3), Toleransi (2), dan Tidak suka (1) dengan beberapa pertanyaan meliputi *Tangibles* (Bukti Nyata), *Reability* (Kehandalan) *Responsive* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan), *Empathy* (Empati) Pelayanan Jasa PT. Travelogy Jelajah Indonesia.

3.4 Teknik Analisis Data

1. Pengujian Kualitas Data

a. Uji Validitas

Tujuan dari metode evaluasi validitas kuesioner adalah untuk mengukur seberapa akurat atau dapat diandalkannya suatu alat ukur dalam menjalankan fungsi pengukuran yang dimaksudkan. Validitas pengukuran menunjukkan seberapa tepat dan handal instrumen dapat mengukur variabel yang dibutuhkan. Sebuah alat ukur dianggap sah jika mampu memberikan data yang tepat dan akurat mengenai variabel yang diukur. Validitas alat pengukur ditentukan oleh kapasitasnya untuk mengukur secara akurat dan konsisten apa yang perlu diukur. Memastikan kuesioner penelitian dapat secara akurat mengukur konsep atau variabel yang ingin Anda pelajari lebih lanjut adalah tujuan dari prosedur evaluasi validitas (Situmorang dkk., 2019). Rumus uji validitas adalah sebagai berikut pada rumus (3):

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \dots \dots \dots (3)$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y

N = Jumlah responden

X = Jumlah skor butir soal

Y = Jumlah skor total

Taraf signifikansi yang digunakan adalah 5%. Kriteria validitas yang digunakan yaitu:

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan dinyatakan valid

Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka pernyataan dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Menguji reliabilitas instrumen diperlukan untuk menentukan apakah instrumen tersebut dapat diandalkan atau tidak-dapat diandalkan didefinisikan sebagai temuan yang konsisten dari pengujian yang dilakukan berulang kali. Instrumen yang dapat diandalkan adalah instrumen yang ketika digunakan berulang kali untuk mengukur hal yang sama, akan memberikan hasil yang sama. Data primer adalah data yang berasal langsung dari sumbernya kepada pengumpul data. Uji statistik yang disebut *Cronbach's Alpha* (α) digunakan untuk mengevaluasi reliabilitas suatu variabel. Jika nilai *Cronbach's Alpha* suatu variabel lebih besar dari 0,60, maka variabel tersebut dianggap dapat diandalkan. Data semakin kredibel jika alpha mendekati satu (Y. Utami & Pelita Nusantara Medan, 2023). Dengan menggunakan SPSS v25, penilaian reliabilitas untuk setiap variabel dilakukan dengan menggunakan Koefisien *Cronbach Alpha*. Rumus yang digunakan sebagai berikut (4):

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1}\right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2}\right) \dots \dots \dots (4)$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas Instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

σ_t^2 = Varians total

(Lulu dkk., 2022)

Hasil perhitungan di atas dapat diinterpretasikan dengan tingkat keterandalan korelasi sebagai berikut:

Tabel 3.1 Interpretasi Koefisien Kolerasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.00 – 0.199	Sangat Rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Sedang
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.000	Sangat Kuat

Sumber: (Nuryana & Sugiarto, 2012)

Tingkat reliabilitas yang memiliki nilai 0.60 digunakan sebagai indikasi bahwa instrumen dianggap dapat diandalkan berdasarkan tabel di atas. Dengan demikian, jika tingkat reliabilitas lebih dari atau sama dengan 0.6 maka instrumen tersebut dianggap dapat diandalkan. Dengan menggunakan alat bantu statistik, analisis reliabilitas dilakukan. (Nuryana & Sugiarto, 2012).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Populasi

Populasi adalah totalitas dari barang dan orang dengan kualitas tertentu yang menjadi topik studi dan temuan yang dibuat (Yolanda, 2023). Populasi penelitian ini merupakan pelanggan yang pernah menggunakan jasa PT. Travelogy Jelajah Indonesia.

3.4.2 Sampel

Suatu ciri dan besarnya yang terdapat dalam suatu populasi disebut sampel (Yolanda, 2023). Sampel merupakan sebagian dari unsur-unsur yang terdapat dalam populasi dan dipilih dengan maksud untuk ikut serta dalam suatu penelitian ilmiah. Sampel harus memberikan representasi sebenarnya dari populasi. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yang dikombinasikan dengan *non-probability sampling*. Menurut Sugiyono (2019), *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah menggunakan jasa PT. Travelogy Jelajah Indonesia, berusia minimal 15 tahun, dan dapat membaca serta

1	<i>Tangible</i> (Bukti nyata)	TA 1	Fasilitas yang disediakan bersih dan nyaman	(Delima & Puspitasari, 2017)
2		TA 2	Tour leader berpenampilan rapih selama perjalanan	
3		TA 3	Ketersediaan Kotak PPPK selama perjalanan	
4		TA 4	Harga paket wisata yang terjangkau	
5	<i>Reability</i> (Kehandalan)	RE 1	Biro Perjalanan melakukan perjalanan sesuai yang dijanjikan	(Suliantoro & Aisy, 2019)
6		RE 2	<i>Tour Leder</i> mampu menjelaskan rute perjalanan wisata	
7		RE 3	Tour leader mampu menyelesaikan masalah yang terjadi selama perjalanan	
8		RE 4	Biro Perjalanan melakukan dokumentasi selama perjalanan	
9	<i>Responsive</i> (Daya tanggap)	RS 1	Biro Perjalanan merespon permintaan konsumen dengan cepat	(Buditjahjanto, 2020)
10		RS 2	Tour Leader dapat memeberikan	

			kebutuhan konsumen secara tepat	
11		RS 3	Biro perjalanan dapat memberikan tanggapan terhadap keluhan konsumen	
12		RS 4	Biro perjalanan menerima keluhan dan saran dengan baik	(Wisudawati dkk., 2023)
n	<i>Assurance</i> (Jaminan)	AS 1	Tour leader perjalanan professional	(Winata dan Kempa, 2021)
14		AS 2	Tour leader bersikap sopan dan melayani kebutuhan konsumen	
15		AS 3	Tour leader dapat memberikan informasi yang terpercaya selama perjalanan	
16		AS 4	Tour leader bersikap jujur kepada konsumen	(Darmawan & Khaerani Busri, 2014)
17	<i>Empathy</i> (Empati)	EM 1	Tour leader memiliki hubungan yang baik dengan setiap konsumen	(Mamangkey., dkk, 2021)
18		EM 2	Tour leader sabar dan ramah ketika	

			berhadapan dengan konsumen.	
19		EM 3	Tour leader akan memberikan perhatian lebih dan pelayanan khusus kepada konsumen yang membutuhkan (misal: sakit, lansia, penumpang dengan balita yang rewel, dan sebagainya)	
20		EM 4	Perusahaan menerima komplain dari pelanggan	(Triwibowo dkk., 2014)

3.7 Jadwal Kegiatan

Tabel 3.3 merupakan jadwal kegiatan mengenai perkiraan waktu yang dibutuhkan dalam proses observasi, pengambilan data, penyusunan laporan, hingga mendapat hasil yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Tabel 3.3 Jadwal Kegiatan

Kegiatan	Waktu						
	2023			2024			
	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr
Observasi							
Studi literatur							
Identifikasi masalah							
Pengumpulan data							
Analisa Data							
Kesimpulan dan usulan perbaikan							
Pembuatan laporan							
Pembuatan <i>paper</i>							
Submit <i>paper</i>							