

III. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan pada PT Indah Cargo yang terletak di Jln. Diponegoro No.3 Teluk Betung, Bandar Lampung. PT Indah Cargo merupakan perusahaan keluarga yang didirikan pada tahun 1996. Pada awal mulanya berdiri masih berbentuk CV. Indah Cargo dan pada tahun 2000 menjadi PT. Indah Cargo dengan Akta Notaris Soekarno S.H dengan Nomor 557 / 3 / X / 2000.

3.2 Jenis Data

Suatu penelitian perlu didukung adanya data yang akurat dan lengkap. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan sumber dari :

3.2.1 Data Primer

Data primer merupakan sumber dari penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya. Sumber data primer diperoleh dari :

- a) Kuisisioner yang disebarkan kepada konsumen Indah Cargo
- b) Arsip Indah Cargo mengenai data pengiriman Barang dan jasa sebagai data penunjang

3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara atau yang telah dicatat oleh pihak lain. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu data-data yang berasal dari artikel dan karya

ilmiah yang dipublikasikan di internet serta berbagai literatur yang mendukung permasalahan serta buku, majalah, dan penelitian-penelitian yang telah dilakukan.

3.3 Metode Pengumpulan Data

- Kuisisioner, memberikan daftar pertanyaan kepada responden yang akan diteliti untuk diisi dengan model kuisisioner tertutup sehingga responden tidak punya kesempatan untuk menjawab dari yang telah ditetapkan.
- Wawancara adalah suatu metode untuk mendapatkan data dengan melakukan tanya jawab langsung dengan pihak yang bersangkutan dalam hal ini Indah Cargo untuk mendapatkan data yang dibutuhkan.

3.4 Metode Penentuan Sampel

Pengumpulan data dilakukan melalui permintaan keterangan kepada responden dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara tersusun dalam daftar pertanyaan sehingga akan diperoleh jawaban-jawaban dari pertanyaan yang diajukan. Pengambilan sampel dilakukan secara *non random sampling* mengingat populasi bersifat tidak terbatas. Sejalan dengan pendapat Joseph F. Hair, Jr (1995) dalam *Multivariate Data Analysis*, jika populasi penelitian tak terbatas maka minimal unit sampelnya adalah 15 atau 20 kali jumlah variabel yang diteliti.

Di dalam penelitian ini, penulis mengambil sampel berjumlah minimal 75 responden karena variabel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah lima variabel yaitu, *tangibles*, *emphaty*, *reliability*, *responsivness*, *assurance*. Agar hasil penelitian dapat dipercaya, maka jumlah unit sampel dibulatkan menjadi 80 responden.

3.5 Operasional Variabel

Penelitian ini memiliki dua variabel yaitu variabel independent (bebas) dan variabel dependent (terikat). Dalam penelitian ini yang merupakan variabel bebas adalah sikap konsumen (X). Sedangkan yang merupakan variabel terikat adalah kualitas layanan (Y). Dalam hal ini variabel sikap konsumen mempengaruhi variabel keputusan membeli dan ini dijelaskan dengan menggunakan analisis statistik.

Tabel 6. Operasional Variabel

Variabel (1)	Definisi Variabel (2)	Sub Variabel (3)	Indikator (4)	Skala Pengukuran (5)
Sikap	<p>Sikap adalah evaluasi, perasaan, kecerdasan seseorang yang relatif konsisten terhadap suatu objek atau gagasan (Umar Husein ; 2000)</p> <p>Struktur sikap terdiri dari 2 dimensi (Syarifudin Azwar, 1988; 17), yaitu :</p> <p>1. Kognitif, adalah pengetahuan atau fikiran berdasarkan informasi yang berhubungan dengan objek. Berhubungan dengan penilaian terhadap sikap atas obyek (kualitas layanan). Kualitas layanan diukur dengan 5 dimensi (TERRA)</p>	<p>1. Kognitif /Penilaian</p> <p>a. Tangible fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan personil</p> <p>b. Empati perhatian individu dari perusahaan kepada pelanggannya</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Alat transportasi mobil, motor - Penampilan personil (rapi dan sopan) - Timbangan yg digunakan untuk mengukur berat paket - Luas gudang untuk meletakkan paket - Luas parkir untuk mempermudah - Sikap karyawan dalam merespon kebutuhan pelanggan - Sikap karyawan menangani keluhan pelanggan 	<p>Skala Likert</p> <p>Skala Likert</p>

Variabel (1)	Definisi Variabel (2)	Sub Variabel (3)	Indikator (4)	Skala Pengukuran (5)
			<ul style="list-style-type: none"> - Pelayanan yang sama bagi setiap pelanggan - Pemberian penyuluhan terhadap pelanggan - Sikap karyawan dalam memberikan perhatian terhadap masalah khusus 	
		c. Realiabilty kemampuan untuk melakukan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya	<ul style="list-style-type: none"> - Kemampuan karyawan berkomunikasi dengan pelanggan - Kecepatan dalam pengiriman(t epet waktu) - Prosedur transaksi yang cepat dan tidak berbelit - Ketepatan& ketegasan karyawan - Pemberian harga yang terjangkau 	Skala Likert
		d. Responsivness kesediaan untuk membantu konsumen dan menyediakan layanan yang dijanjikan	<ul style="list-style-type: none"> - Kecepatan kurir dalam pengiriman - Karyawan cepat tanggap dalam melayani pengiriman - Pemberian 	Skala Likert

Variabel (1)	Definisi Variabel (2)	Sub Variabel (3)	Indikator (4)	Skala Pengukuran (5)
		<p>e. Assurance pengetahuan dan perilaku karyawan serta kemampuan untuk menginspirasi kepercayaan dan keyakinan.</p>	<p>informasi kepada pelanggan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ketelitian kurir dalam pengiriman - Kemampuan karyawan & kurir menguasai bidang tugas masing masing - Sikap karyawan & kurir yang sopan & ramah - Komunikasi yang baik dari karyawan, kurir dan pelanggan - Pelayanan yang menyeluruh dan tuntas - Kejujuran karyawan & kurir - Jaminan keamanan pelayanan & kepercayaan terhadap pelanggan 	Skala Likert
	<p>2. Afektif, adalah menunjuk kepada dimensi emosional dari sikap yaitu emosi yang berhubungan dengan objek (baik dan buruk). Berhubungan dengan kepercayaan</p>	<p>2. Afektif</p> <p>a. Tangible fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan personil</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Alat transportasi mobil, motor - Penampilan personil (rapi dan sopan) - Timbangan yg digunakan untuk 	Skala Likert

Variabel (1)	Definisi Variabel (2)	Sub Variabel (3)	Indikator (4)	Skala Pengukuran (5)
	terhadap sikap ata sobyek (kualitas layanan)	<p>b. Empati perhatian individu dari perusahaan kepada pelanggannya</p> <p>c. Realiabilty kemampuan untuk melakukan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya</p>	<p>mengukur berat paket</p> <ul style="list-style-type: none"> - Luas gudang untuk meletakkan paket - Luas parkir untuk mempermudah - Sikap karyawan dalam merespon kebutuhan pelanggan - Sikap karyawan menangani keluhan pelanggan - Pelayanan yang sama bagi setiap pelanggan - Pemberian penyuluhan terhadap pelanggan - Sikap karyawan dalam memberikan perhatian terhadap masalah khusus - Kemampuan karyawan berkomunikasi dengan pelanggan - Kecepatan dalam pengiriman(t epet waktu) - Prosedur transaksi 	<p>Skala Likert</p> <p>Skala Likert</p>

Variabel (1)	Definisi Variabel (2)	Sub Variabel (3)	Indikator (4)	Skala Pengukuran (5)
		<p>d. Responsivness kesediaan untuk membantu konsumen dan menyediakan layanan yang dijanjikan</p>	<p>yang cepat dan tidak berbelit - Ketepatan & ketegasan karyawan - Pemberian harga yang terjangkau - Kecepatan kurir dalam pengiriman - Karyawan cepat tanggap dalam melayani pengiriman - Pemberian informasi kepada pelanggan - Ketelitian kurir dalam pengiriman - Kemampuan karyawan & kurir menguasai bidang tugas masing masing</p>	Skala Likert
		<p>e. Assurance pengetahuan dan perilaku karyawan serta kemampuan untuk menginspirasi kepercayaan dan keyakinan.</p>	<p>- Sikap karyawan & kurir yang sopan & ramah - Komunikasi yang baik dari karyawan, kurir dan pelanggan</p>	Skala Likert

Variabel (1)	Definisi Variabel (2)	Sub Variabel (3)	Indikator (4)	Skala Pengukuran (5)
			<ul style="list-style-type: none"> - Pelayanan yang menyeluruh dan tuntas - Kejujuran karyawan & kurir - Jaminan keamanan pelayanan & kepercayaan terhadap pelanggan 	

3.6 Uji Instrumen Penelitian

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Arikunto (2002;144), validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah.

Menurut Hair (2006; 246) pertanyaan dikatakan valid apabila faktor loadingnya diatas 0,500. Berdasarkan pendapat Hair tersebut maka pertanyaan dalam penelitian ini valid, dan dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

Pengujian validitas ditujukan untuk melihat hubungan antar masing-masing item pertanyaan pada variabel bebas dan variabel terikat dengan pengujian sebanyak 20 kuisisioner. Apabila ada satu pertanyaan yang dinyatakan tidak valid, sebaiknya direvisi atau dihilangkan dari daftar pertanyaan dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Metode uji validitas yang dipergunakan pada penelitian ini adalah analisis faktor.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya dengan menggunakan rumus cronbach alpha (α) menurut Umar (2000;207).

Untuk perhitungan instrumen penelitian (validitas dan reliabilitas) digunakan alat bantu program statistic SPSS V.12

3.7 Analisis Data

3.7.1 Analisis Deskriptif

Penulis menggunakan alat analisis dengan formulasi Fishbein untuk melihat apakah sikap dari konsumen Indah Cargo baik atau buruk, yang merupakan sikap model multiatribut yang paling terkenal (James F. Engel, Roger D. Blackwell dan Paul W. Miniard, 1992).

Formulasi fishesien secara simbolius dapat digambarkan sebagai berikut:

$$AB = \sum_{i=1}^n (bi)(ei)$$

dimana :

AB = sikap terhadap obyek

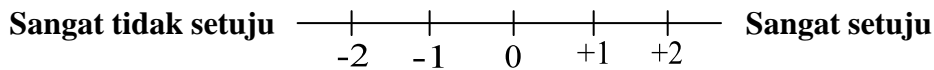
bi = kekuatan kepercayaan bahwa obyek memiliki atribut i

ei = evaluasi mengenai atribut i

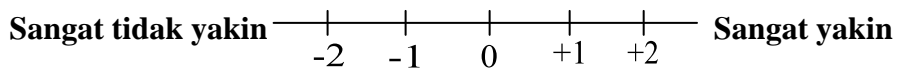
n = jumlah atribut menonjol.

Pengukuran selanjutnya akan dikembangkan adalah pengukuran *bi* dan *ei* yang tepat. Komponen *ei* yang menggambarkan evaluasi atribut, diukur secara khas pada sebuah skala evaluasi 5 angka yang berjajar dari “sangat setuju” hingga “sangat tidak setuju”, yaitu sebagai berikut :

Tanggapan terhadap atribut yang ditanyakan



Komponen *bi* menggambarkan tentang seberapa kuat konsumen percaya bahwa merek tertentu terhadap atribut tertentu, yang diukur biasanya pada skala dengan 5 angka dari kemungkinan yang disadari yang berjajar dari “sangat baik” hingga “sangat buruk”, yaitu sebagai berikut :Tanggapan terhadap atribut yang ditanyakan



Hasil analisis multiatribut ini dapat memberikan mafaat berupa informasi yang berguna bagi perencanaan dan tindakan pasar, selain juga mampu memberikan informasi yang diperlukan untuk beberapa jenis pemasangan. Manfaat lain yang dapat diambil dari analisis multiatribut ini adalah implikasinya untuk pengembangan kualitas pelayanan yang baru. Penemuan bahwa sajian terbaru tidak mencukupi kondisi ideal akan menyikapkan suatu peluang untuk memperkenalkan suatu sajian baru yang lebih menyerupai ideal. Sebuah model multiatribut juga dapat digunakan secara berhasil untuk meramalkan bagian pasar dari kualitas pelayanan yang disajikan (James F. Engel, Roger D. Blackwell dan W. Miniard, 1992).

3.7.3 Analisis Frequencies

Prosedur frequencies digunakan untuk menampilkan distribusi frequencies dari setiap nilai data. Dengan menggunakan bantuan SPSS v.12 dan analisis faktor, dalam penelitian ini analisis frequencies digunakan untuk mengukur sikap konsumen atas kualitas layanan Indah Cargo, apakah kualitas layanan jasa Indah cargo Positif atau negatif.