

III. METODE PENELITIAN

3.1 Daerah Penelitian

Perusahaan yang akan diteliti adalah perusahaan jasa kursus Bahasa Inggris yang ada di Kota Bandar Lampung.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder :

1. Data primer diperoleh dari penyebaran kuosioner kepada perusahaan jasa kursus Bahasa Inggris di Bandar Lampung. Penentuan jumlah sampel tidak dilakukan karena jumlah yang ada yaitu tujuh perusahaan seluruhnya dijadikan responden (sensus).
2. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah data dari perusahaan – perusahaan kursus Bahasa Inggris dan data jumlah perusahaan pada industri jasa kursus Bahasa Inggris di Kota Bandar Lampung yang diperoleh dari Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kota Bandar Lampung.

3.3 Batasan Peubah

Peubah-peubah yang digunakan dalam penelitian ini diberikan batasan dan pengertian sebagai berikut :

1. Industri jasa kursus Bahasa Inggris adalah kumpulan perusahaan yang mempunyai pelayanan jasa kursus Bahasa Inggris di Kota Bandar Lampung.
2. Variabel perilaku industri pada industri jasa kursus Bahasa Inggris di Kota Bandar Lampung, yaitu :
 - a) Strategi Produk yang terdiri dari aspek pelayanan belajar, pelayanan sarana fisik, kualifikasi pengajar dan persaingan pelayanan.
 - b) Strategi Promosi yang terdiri dari promosi informasional dan promosi persuasif.
 - c) Perilaku Tarif yang terdiri dari tarif berdasarkan biaya dan persaingan tarif.
3. Variabel Kinerja industri pada industri jasa kursus Bahasa Inggris di Kota Bandar Lampung, yaitu :
 - a) Pola Pendistribusian, saluran distribusi merupakan penghubung antara produsen dan konsumen di dalam melaksanakan pemindahan produk, agar produk tersebut dapat diperoleh konsumen dengan mudah. Selain itu pola distribusi dapat juga sebagai ukuran perkembangan usaha industri ini.
 - b) Pola Keuntungan, dalam teori klasik bahwa tujuan perusahaan adalah memaksimalkan laba. Tujuan tersebut merupakan landasan bagi tujuan – tujuan lainnya.
 - c) Kualitas Produk, dalam industri ini kualitas produk dapat dilihat dari siswa.
4. General English adalah program yang ditawarkan perusahaan Bahasa Inggris untuk melatih siswa berkomunikasi dalam Bahasa Inggris untuk keperluan umum.

3.4 Alat Analisis

1. Pengukuran Variabel Perilaku

Cara pengukuran perilaku perusahaan menggunakan skala ordinal yang terdiri dari variabel pelayanan jasa, variabel promosi dan variabel penetapan tarif. Cara perhitungan menggunakan skala Likert dengan menggunakan lima jenjang pengukuran antara lain :

Skor :

- | | |
|---|---|
| 1. Sangat setuju (kondisi yang sangat diharapkan) | 5 |
| 2. Setuju (kondisi yang diharapkan/baik) | 4 |
| 3. Ragu-ragu (kondisi yang kurang diharapkan) | 3 |
| 4. Tidak setuju (kondisi yang tidak diharapkan) | 2 |
| 5. Sangat tidak setuju (kondisi yang sangat tidak diharapkan) | 1 |

Tabel 4. Matrik Evaluasi Perilaku Jasa

No	Aspek Penilaian Perilaku Jasa	Item Pertanyaan	Total Skor Riil	Total Skor Harapan	% Pasa Pencapaian Kondisi Ideal
1.	Pelayanan Jasa				
	1.1 Pelayanan Belajar	4		140	
	1.2 Pelayanan Sarana	10		350	
	1.3 Kualifikasi Pengajar	3		105	
	1.4 Persaingan Pelayanan	2		70	
2.	Perilaku Promosi				
	2.1 Promosi Informasional	6		210	
	2.2 Promosi Persuasif	1		35	
3.	Perilaku Tarif				
	3.1 Tarif Berdasarkan Baya	6		210	
	3.2 Persaingan Tarif	3		105	
	Jumlah	35		1225	

Sumber: Hasibuan, 2004

2. Pengukuran Variabel Kinerja

Cara pengukuran variabel kinerja usaha setiap perusahaan menggunakan skala ordinal yang terdiri dari variabel kualitas jasa, variabel profitabilitas dan variabel produk. Perhitungan menggunakan skala Likert dengan menggunakan lima jenjang pengukuran antara lain :

Skor :

- | | |
|---|---|
| 1. Sangat setuju (kondisi yang sangat diharapkan) | 5 |
| 2. Setuju (kondisi yang diharapkan/baik) | 4 |
| 3. Ragu-ragu (kondisi yang kurang diharapkan) | 3 |
| 4. Tidak setuju (kondisi yang tidak diharapkan) | 2 |
| 5. Sangat tidak setuju (kondisi yang sangat tidak diharapkan) | 1 |

Tabel 5. Matrik Evaluasi Kinerja

No	Aspek Penilaian Kinerja	Item Pertanyaan	Total Skor Riil	Total Skor Harapan	% Pasa Pencapaian Kondisi Ideal
1.	Pendistribusian	2		70	
2.	Pola Keuntungan	2		70	
3.	Kualitas Produk	2		70	
Jumlah		6		210	

Sumber: Hasibuan, 2004

3. Pengukuran Hubungan antara Variabel Perilaku dan Variabel Kinerja

Analisis korelasi parsial antara variabel perilaku dan variabel kinerja menggunakan Korelasi Pearson (*Product Moment*) sebagai berikut :

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

Keterangan :

r = Koefisien Korelasi *Product Moment*

N = Jumlah Pengamatan

X = Variabel Perilaku

Y = Variabel Kinerja

Korelasi Pearson dilambangkan dengan (r) dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari angka $(-1 \leq r \leq 1)$. Apabila nilai $r = -1$ artinya korelasi negatif tertinggi ; $r = 0$ artinya tidak ada korelasi ; dan $r = 1$ berarti korelasi positif tertinggi.

Tabel 6. Interpretasi nilai r sebagai berikut :

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,00	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup Kuat
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

Sumber: Arikunto. 2002

Untuk menguji signifikan korelasi antara variabel perilaku terhadap variabel kinerja menggunakan uji – t dengan rumus :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t_{\text{tabel}} = t(\alpha/2; n-k-1)$$

Keterangan :

t_{hitung} = nilai t

r = Koefisien korelasi hasil perhitungan

n = Jumlah Pengamatan

Dengan kriteria pengujian adalah apabila diperoleh t_{hitung} positif, maka berlaku

$t_{hitung} \leq t_{tabel} = H_0$ diterima, H_a ditolak (korelasi tidak signifikan)

$t_{hitung} \geq t_{tabel} = H_0$ ditolak, H_a diterima (korelasi signifikan)

Untuk mengukur Reliabilitas menggunakan metode Alpha dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right)$$

Dimana : r_{11} = Nilai Reliabilitas

$\sum S_i$ = Jumlah Varians Skor Tiap – tiap item

S_t = Varians Total

k = Jumlah item

Menghitung varians skor tiap – tiap item dengan rumus sebagai berikut :

$$S_i = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{N}}{N}$$

Dimana : S_i = Varians skor tiap – tiap item

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat item X_i

$(\sum X)^2$ = Jumlah item X_i dikuadratkan

N = Jumlah responden

Menghitung varians total dengan rumus sebagai berikut :

$$S_t = \frac{\sum X_t^2 - \frac{(\sum X_t)^2}{N}}{N}$$

Dimana : S_t = Varians total

$\sum X_t^2$ = Jumlah kuadrat X total

$(\sum X_t)^2$ = Jumlah X total dikuadratkan

N = Jumlah responden

(Riduwan, 2002:125)

Dengan kaidah keputusan :

$r_{11} > r_{\text{tabel}}$ berarti Reliabel

$r_{11} < r_{\text{tabel}}$ berarti Tidak Reliabel