

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **A. LOKASI PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan pada Wisata Air Tirtasani waterpark Malang yang berlokasi di Perumahan Tirtasani, Tanjungtirto, Kec. Singosari, Kabupaten Malang, Jawa Timur.

### **B. JENIS PENELITIAN**

Jenis penelitian yang dilakukan adalah kuantitatif, dimana peneliti melakukan observasi dan mengumpulkan data dengan menggunakan kuisioner, kemudian menganalisis dan menyimpulkan data.

### **C. POPULASI DAN SAMPEL**

#### **1. Populasi**

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Menurut Radjab & Jam'an, (2017) Populasi ini sering juga disebut universe. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Wisata Air Tirtasani waterpark Malang. Mengingat jumlah populasi yang cukup banyak, maka dalam rangka efisien dan keefektifan penelitian, dilakukan sampling (pengambilan sampel).

#### **2. Sampel**

Berdasarkan pendapat Arikunto, (2016) Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Adapun jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu sebanyak 50 pengunjung pada tirtasani waterpark yang juga pernah mengunjungi taman rekreasi sengkaling sebagai pesaingnya.

#### D. DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL

Definisi operasional variabel digunakan untuk mendukung dalam penelitian ini di gunakan untuk mempermudah pengumpulan data dan analisis data yaitu:

Kotler & Keller, (2016), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Selain itu, apabila kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

Menurut Kotler & Keller (2016), menentukan bahwa ada 5 dimensi kualitas layanan. Kelimanya disajikan secara berurut berdasarkan tingkat kepentingannya, diantaranya :

a) *Reliability* (kehandalan) konsistensi dari penampilan dan kehandalan pelayanan yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Indikator yang digunakan adalah:

- 1) . Kelembapan air pada kolam
- 2) Warna air yang jernih pada kolam
- 3) bau air yang sedap pada kolam
- 4) Kebersihan Lingkungan waterpark
- 5) kenyamanan fasilitas umum

b) *Responsiveness* (daya tanggap) kesigapan dan kecepatan penyedia jasa dalam menyelesaikan masalah dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Indikator yang digunakan adalah: kecepatan petugas dalam melayani wisatawan

- 1) kesiapan siagaan penjaga kolam renang ketika dibutuhkan
- 2) kecakapan karyawan dalam melayani wisatawan

- 3) kesediaan petugas dalam menanggapi keluhan wisatawan
  - 4) kesiapan petugas dalam menanggapi keluhan wisatawan
- c) *Assurance* (jaminan) kemampuan dan keterampilan petugas, keramahan petugas, kepercayaan dan keamanan. Indikator yang digunakan adalah: fasilitas keselamatan yang lengkap pada kolam renang
- 1) adanya loker untuk penitipan barang
  - 2) tersedianya informasi yang lengkap dan akurat
  - 3) keamanan area waterpark
  - 4) fasilitas keselamatan yang lengkap pada kolam renang
- d) *Empathy* (empati) kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan. Indikator yang digunakan adalah:
- 1) kesopanan petugas terhadap wisatawan
  - 2) keramahan petugas dalam memberikan pelayanan
  - 3) perhatian petugas dalam menanggapi keluhan wisatawan
- e) *Tangible* (bukti fisik) berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan. Indikator yang digunakan adalah:
- 1) ketersedianya variasi wahana permainan yang beragam
  - 2) penampilan waterpark
  - 3) kerapian Penampilan Karyawan
  - 4) ketersediaan Tempat Parkir yang memadai
  - 5) petunjuk arah yang jelas menuju waterpark

#### **E. JENIS DAN SUMBER DATA**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama. Pada penelitian ini, data primer diperoleh dengan

melakukan wawancara dan diskusi terhadap pihak manajemen Wisata Air Tirtasani waterpark serta melakukan kuesioner terhadap pelanggan.

Data sekunder merupakan data tidak langsung yang diperoleh dari berbagai sumber seperti catatan atau dokumentasi dan studi kepustakaan antara lain buku, jurnal, internet dan informasi lain yang dianggap berkaitan dengan topik penelitian. Data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian ini antara lain jumlah kedatangan pengunjung, jumlah karyawan, dan pangsa pasar.

## **F. TEKNIK PENGUMPULAN DATA**

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan instrumen kuisisioner. Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan kepada responden Sugiyono, (2014) Kuisisioner terdiri dari pernyataan terbuka, yaitu identitas diri responden dan pernyataan tertutup yaitu pernyataan-pernyataan yang telah disediakan dan jawaban yang diberikan dibatasi. Penyebaran kuisisioner dilakukan dilokasi penelitian. Kuisisioner yang disebarkan berupa kuisisioner yang disebarkan secara langsung kepada pengunjung Wisata Air Tirtasani waterpark di Perumahan Tirtasani, Tangungtirto.

Atribut-atribut pertanyaan dalam kuisisioner untuk menilai kepentingan dan kinerja Wisata Air Tirtasani waterpark yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan melalui diskusi dengan pihak manajemen dengan memperhatikan dimensi dari kualitas layanan. Dimensi kualitas layanan yang menjadi acuan dalam membuat pertanyaan kuisisioner dan relevan dengan Tirtasani waterpark ditunjukkan pada atribut sebagai berikut:

Ada 22 atribut pertanyaan kuisisioner yang terdiri dari :

1. Bukti fisik (*Tangibles*) : 6 pertanyaan
2. Keandalan (*Reliability*) : 5 pertanyaan

3. Daya tanggap (*Responsiveness*) : 4 pertanyaan
4. Jaminan (*Assurance*) : 4 pertanyaan
5. Empati (*Empaty*) : 3 pertanyaan

Atribut kuesioner ditentukan melalui diskusi dengan pihak manajemen Wisata Air Tirtasani waterpark. Bagian kuesioner yang harus diisi oleh pelanggan adalah:

- a. Identitas pelanggan.
- b. Tingkat kinerja pelayanan bagi pelanggan terhadap masing-masing atribut.
- c. Tingkat kepentingan pelayanan bagi pelanggan terhadap masing-masing atribut.

Identifikasi Pesaing Identifikasi pesaing akan dilakukan bersama dengan manajemen Wisata Air Tirtasani waterpark dengan mempertimbangkan faktor-faktor berikut yaitu produk yang ditawarkan, lokasi, segmen pasar, dan pangsa pasar.

#### **G. Teknik pengukuran data**

Skala ialah teknik pengumpulan data yang bersifat mengukur, karena diperoleh hasil ukur yang berbentuk angka-angka. Skala berbeda dengan tes, kalau tes ada jawaban benar atau salah, sedangkan skala tidak ada jawaban salah atau benar, tetapi jawaban respon responden terletak dalam satu rentang skala. Titik pada rentang yang dipilih menunjukkan posisi responden. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Semantic Differential. Semantic Differential memuat pasangan lawan kata dari sebuah konsep sebagai tolak ukur, dan menggunakan 7 poin skala linear dengan yang paling rendah bernilai 1 dan yang paling tinggi bernilai 7.

Dalam Radjab & Jam'an, (2017) Teknik ini didasarkan pada anggapan bahwa sebuah obyek memiliki sejumlah dimensi pengertian

konotatif yang bisa ditempatkan pada rentang ciri multidimesi, yang disebut semantic space. SD banyak digunakan dalam mengevaluasi kesan merek atau penelitian pemasaran lainnya, masalah politik dan kepribadian, serta sikap organisasi. Metoda ini terdiri dari sekumpulan skala peringkat dua kutub yang biasanya sebanyak 7 skala.

*tabel 3. 1 skala penelitian semantic differential*

Buruk	1	2	3	4	5	6	7	Baik
-------	---	---	---	---	---	---	---	------

## H. Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul baik primer maupun sekunder diolah melalui tahap-tahap sebagai berikut :

### 1. Penyusunan *HOQ*

- 1) *Customer Needs / Customer Requirements (What's)* Kolom customer needs / customer requirements (CR) ini merupakan kolom utama dari *HOQ*. Kolom *What's* berisi atribut kebutuhan yang diprioritaskan oleh pelanggan.

*Tabel 3. 2 Customer needs*

No.	<i>Customer needs</i>
1	
2	
3	
4	

- 2) *Technical Response (How's)* Langkah yang dilakukan pada tahap *technical response (TR)* adalah membuat suatu pemecahan masalah secara teknis dari kebutuhan pelanggan seperti tercantum dalam kolom *What's*, sesuai dengan kemampuan yang dapat dilakukan oleh perusahaan.

Tabel 3. 3 Technicals response (how)

	Technicals response (how)
Customer needs (whats)	

- 3) Langkah selanjutnya adalah menentukan tingkat hubungan antara kolom *What's* dan *How's*. Masing-masing atribut dalam kolom *What's* ditentukan hubungannya dengan isi kolom *How's*, apakah ada hubungan antara kebutuhan dengan tindakan pemenuhan kebutuhan dan seberapa kuat hubungan antar keduanya. Tingkat hubungan ini dinyatakan dengan simbol dan nilai tertentu.

Tabel 3. 4 Simbol Relationship Matrix

Simbol	Nilai Numerik	Pengertian
Kosong	0	Tidak ada hubungannya
▲	1	Mungkin ada hubungannya
●	3	Hubungannya sedang
■	10	Sangat kuat hubungannya

- 4) *Technical Correlation* (hubungan antar *How's*) Bagian ini berguna untuk mengidentifikasi apakah antara technical correlations saling mendukung atau sebaliknya, bisa terjadi menaikkan kualitas layanan tertentu tetapi akan menurunkan kualitas layanan yang lain. Tingkat hubungan ini dinyatakan dengan simbol-simbol tertentu seperti yang dijelaskan pada Tabel

Tabel 3. 5 Simbol Technical correlation

Simbol	Pengertian
--------	------------

++	Pengaruh positif sangat kuat
+	Pengaruh positif cukup kuat
(kosong)	Tidak berpengaruh
-	Pengaruh negatif cukup kuat
↓	Pengaruh negatif sangat kuat

5) *Planning Matrix* Data-data yang ada di dalam kolom perencanaan antara lain *Importance to Customer*, *Customer Satisfaction Performance*, *Competitive Satisfaction Performance*, *Goal Improvement Ratio*, *Sales Point*, *Raw Weight* dan *Normalized Raw Weight*.

a) *Importance to Customer*

Pada bagian ini ditempatkan hasil survei mengenai tingkat kepentingan masing-masing atribut yang diinginkan pelanggan.

b) *Customer Satisfaction Performance*

*Customer Satisfaction Performance* adalah persepsi pelanggan mengenai bagaimana suatu produk atau jasa mampu memuaskan kebutuhannya. *Customer Satisfaction Performance* dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\text{Customer satisfaction} = \frac{\sum \text{Nilai Kinerja pada Atribut } X}{\text{Total jumlah responden}}$$

c) *Competitive Satisfaction Performance*

Pada tahap ini dilakukan penilaian mengenai performansi pesaing dengan yang dirasakan pelanggan, dengan menggunakan skala yang telah ditentukan. *Competitive Satisfaction Performance* dapat dihitung dengan menggunakan rumus:



### *Competitive Performance*

$$= \frac{\sum \text{Kinerja pesaing pada atribut } X}{\text{Total jumlah responden}}$$

#### d) *Goal*

Merupakan tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan. Goal ini dinyatakan dalam bentuk skala numeric yang ditentukan dengan mempertimbangkan nilai kinerja restoran dan restoran pesaing serta kemampuan perusahaan melalui brainstorming dengan pihak manajemen Wisata Air Tirtasani waterpark.

#### e) *Improvement Ratio*

Menunjukkan bobot kesulitan untuk melakukan peningkatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.

*Improvement Ratio* dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\text{Improvement Ratio} = \frac{\text{Goal}}{\text{Customer Satisfaction Performance}}$$

#### f) *Raw Weight*

Mencakup customer need berdasarkan importance to customer dan improvement ratio. Nilai dari *raw weight* untuk tiap-tiap kebutuhan pelanggan adalah:

*Raw weight*

$$= \text{importance to customer} \times \text{improvement ratio}$$

#### g) *Normalized Raw Weight*

Kolom *normalized raw weight* berisi nilai *raw weight* yang diberi skala 0 sampai 1 atau dinyatakan dalam persen. Sebelum menghitung *normalized raw weight*, jumlahkan terlebih dahulu *raw weight* untuk mendapatkan *raw weight total*.

$$Total\ Raw\ Weight = \sum Raw\ weight$$

$$Normalized\ Raw\ Weight = \frac{Raw\ Weight}{Total\ Raw\ Weight}$$

6) *Technical Matrix*

*Technical matrix* akan menunjukkan prioritas yang diperoleh dari nilai kontribusi respon teknis untuk pemenuhan kebutuhan pelanggan. Semakin besar nilai kontribusi maka semakin menjadi prioritas. Nilai *contribution* didapatkan dengan rumus sebagai berikut :

*Contribution*

$$= \sum (Normalized\ Raw\ Weight \times Nilai\ Numerik\ Relationship)$$

Nilai pada kolom *Normalized Contribution* menunjukkan persentase dari kontribusi respon teknis yang didapatkan sebelumnya, nilainya didapat dengan rumus:

$$Normalized\ Contribution = \frac{Contribution}{Total\ Contribution}$$

7) *Target Value*

Penentuan *target value* terhadap masing-masing program perbaikan kualitas akan ditetapkan bersama-sama dengan tim pengembang dengan cara *brainstroming* dan mempertimbangkan sumber daya yang tersedia serta menganalisa saran perbaikan yang diberikan oleh pelanggan terhadap masing-masing atribut kualitas pada kuesioner.

