











### 3.5 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar maka peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Makin besar tingkat kesalahan, maka akan semakin kecil jumlah sampel yang diperlukan dan sebaliknya makin kecil tingkat kesalahan, maka akan semakin besar jumlah anggota sampel yang diperlukan sebagai sumber data (Sugiyono, 2009).

Saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian seperti berikut ini .

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
2. Bila sampel dibagi dalam kategori ( misalnya : pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel tiap kategori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti, misalnya variabel penelitian 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel adalah  $10 \times 5 = 50$ .

4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol maka jumlah anggota sampel masing-masing kelompok antara 10 s/d 20 (Roscoe dalam Sugiyono, 2010) .

### **3.6 Teori Uji Kuesioner**

#### **3.6.1 Uji validitas**

Validitas berasal dari kata validity yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas akan dilakukan dengan metode person atau metode korelasi product moment yaitu dengan mencari korelasi antara masing-masing pertanyaan pada kuisisioner dengan skor total. Setelah semua korelasi untuk setiap pertanyaan dengan skor total diperoleh, nilai tersebut dibandingkan dengan nilai kritik.

Selanjutnya jika nilai koefisien korelasi item tersebut berada diatas nilai tabel kritik maka item tersebut valid (Sugiyono, 2009). Adapun rumus korelasi product moment adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2] \cdot [n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \quad (3.1)$$

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (3.2)$$

Keterangan :

$r_{xy}$  = korelasi product moment

$\sum X$  = jumlah skor variabel X (skor item)

$\sum Y$  = jumlah skor variabel Y (total skor seluruh item)

$\sum X^2$  = jumlah skor kuadrat variabel X

$\sum Y^2$  = jumlah skor kuadrat variabel Y

$\sum XY$  = jumlah perkalian variabel X dengan variabel Y

$n$  = Jumlah sampel

$N$  = Jumlah populasi

$e$  = batas toleransi kesalahan

### 3.6.2 Uji reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Sugiyono, 2009). Dalam penelitian ini teknik yang dipakai adalah teknik perhitungan reliabilitas koefisien Alfa Cronbach, dengan alasan komputasi dengan teknik ini akan memberikan harga yang lebih kecil atau sama besar dengan reliabilitas yang sebenarnya. Jadi dengan menggunakan teknik ini akan memberikan hasil yang lebih cermat karena dapat mendeteksi hasil yang sebenarnya.

Adapun rumus alfa Cronbach :

$$r_i = \frac{K}{(K-1)} \left( 1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right) \quad (3.3)$$



Keterangan:

$r_i$  = reliabilitas

K = jumlah pertanyaan (item)

$st^2$  = varians skor total

$\sum si^2$  = mean kuadrat kesalahan

### **3.7 Importance Performance Analysis (IPA)**

Para peneliti menentukan 5 faktor yang menentukan kualitas pelayanan yaitu :

1. Bukti langsung (*Tangible*) yaitu tersedianya fasilitas fisik, peralatan, tenaga kerja, dan alat komunikasi.
2. Keandalan (*Reliability*) yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan secara tepat dan dapat dipercaya.
3. Daya tanggap (*Responsiveness*) yaitu keinginan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan dengan cepat.
4. Jaminan (*Assurance*) yaitu pengetahuan dan sopan santun karyawan serta kemampuan untuk menunjukkan tanggung jawab dan percaya diri.
5. Empati (*Empathy*) yaitu kesediaan untuk menunjukkan simpati dan perhatian kepada konsumen.

Menurut Kotler ( dalam Kotler, 2000, hal.439), salah satu instrument untuk menilai ke lima elemen kualitas pelayanan diatas dan menilai apakah kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan sudah sesuai antara Kinerja (*Performance*)

perusahaan dengan Harapan (*Importance*) konsumen serta menentukan langkah yang diperlukan untuk memperbaikinya adalah dengan *Importance Performance Analysis*. Dari *importance performance analysis* tersebut dapat diketahui ranking masing-masing atribut pelayanan per variabel kualitas pelayanan dari sudut Kinerja (*Performance*) dan Harapan. (EVALUASI KEPUASAN PENUMPANG TERHADAP KUALITAS PELAYANAN JASA ANGKUTAN UMUM BUS LITHA & CO TRAYEK MAKASSAR-TANA TORAJA”, Laporan Tugas Akhir Universitas Atma Jaya, Yogyakarta yang ditulis oleh Handrianus Payangan Tahun 2016.)

menurut hasil skors penilaian konsumen atau responden. *Important performance analysis* terdiri dari dua komponen yaitu

### 3.7.1 Analisis kesenjangan (GAP)

Analisis kesenjangan (gap) digunakan untuk melihat kesenjangan antara kinerja suatu atribut dengan harapan pelaku transportasi terhadap atribut tersebut. Perhitungan tingkat kesenjangan dapat diketahui dengan skor rata-rata tingkat kepuasan ( $\bar{X}$ ) dan kepentingan ( $\bar{Y}$ ) dari masing-masing pertanyaan, dimana dengan mengetahui nilai  $x'$  dan  $y'$  maka nilai gap/kesenjangan antara masing-masing variabel pertanyaan yang mempengaruhi tingkat kepuasan responden dengan mencari nilai selisih antara kepuasan ( $\bar{X}$ ) dan kepentingan ( $\bar{Y}$ ). Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$\text{Gap (G)} = \bar{X} - \bar{Y} \quad (3.4)$$

Dimana : Gap = analisis kesenjangan,

$\bar{X}$  = skor rata-rata tingkat kepuasan,

$\bar{Y}$  = skor rata-rata tingkat kepentingan. Melakukan analisa kesenjangan dapat dilakukan dengan syarat-syarat berikut ini :

Jika  $G < 0$  = kualitas yang diharapkan penumpang lebih tinggi daripada kualitas pelayanan yang dirasakan penumpang, maka perusahaan terkait perlu meningkatkan kinerja dan kualitas pelayanan.

Jika  $G = 0$  = kualitas yang diharapkan penumpang sama dengan kualitas pelayanan yang dirasakan penumpang, maka perusahaan terkait telah memberikan pelayanan yang baik namun perlu peningkatan.

### 3.7.2 Analisis kuadran

Analisis kuadran berfungsi untuk memetakan kepuasan dan harapan pelaku transportasi terhadap beberapa indikator kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelaku transportasi. Berdasarkan hasil penilaian tingkat kepuasan dan tingkat kinerja maka akan dihasilkan suatu perhitungan tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaannya. Tingkat kinerja adalah hasil perbandingan skor kepuasan dan harapan pelaku transportasi. Dalam penelitian ini

terdapat dua buah variabel yang digunakan yaitu dimana X merupakan tingkat kepuasan penumpang terhadap angkutan umum dan Y adalah tingkat harapan/kepentingan terhadap angkutan umum. Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% \quad (3.5)$$

Keterangan:

Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kinerja angkutan umum

Yi = Skor penilaian harapan/kepentingan pelaku transportasi

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh tingkat pelaksanaan, sedangkan sumbu (Y) tegak akan diisi oleh skor kepentingan/harapan. Dalam penyederhanaan rumus, maka untuk setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan :

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^i Xi}{n} \quad (3.6)$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^i Yi}{n} \quad (3.7)$$

Keterangan:

$\bar{X}$  = Skor rata-rata tingkat penilaian kinerja/kepuasan atribut ke i

$\bar{Y}$  = skor rata-rata tingkat pelayanan kepentingan/harapan atribut ke i

$n$  = jumlah responden

Langkah selanjutnya adalah menghitung rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja untuk keseluruhan atribut dengan rumus :

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^i X_i}{K} \quad (3.8)$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^i Y_i}{K} \quad (3.9)$$

Keterangan:

$\bar{X}$  = Rerata tingkat penilaian kinerja/kepuasan atribut ke  $i$

$\bar{Y}$  = Rerata tingkat pelayanan kepentingan /harapan atribut ke  $i$

$K$  = jumlah atribut/pertanyaan dalam kuisioner

Nilai  $X$  memotong tegak lurus pada sumbu horizontal, yakni sumbu yang mencerminkan kinerja atribut ( $X$ ) sedangkan nilai ( $Y$ ) memotong tegak lurus pada sumbu vertikal, yakni sumbu yang mencerminkan kepentingan atribut ( $Y$ ). Setelah diperoleh bobot kinerja dan kepentingan atribut serta nilai Rerata kinerja dan kepentingan atribut. kemudian nilai-nilai tersebut di plot dalam diagram cartesius.

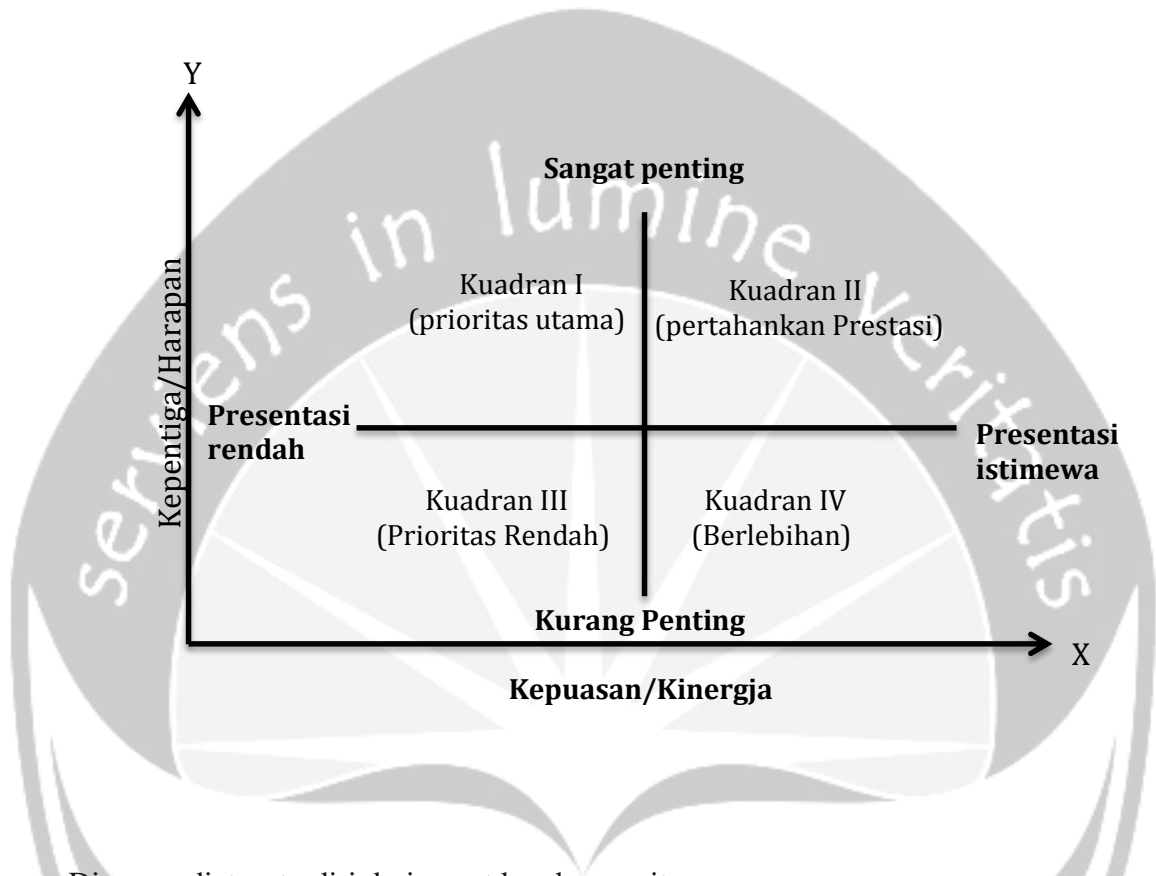


Diagram diatas terdiri dari empat kuadran, yaitu :

1. Kuadran I (Prioritas Utama), kuadran ini memuat atribut-atribut pelayanan angkutan Kota yang dianggap penting oleh penumpang tetapi kenyataannya atribut tersebut belum sesuai dengan harapan penumpang, tingkat kinerja dari atribut tersebut lebih rendah daripada tingkat harapan penumpang, atribut- atribut yang terdapat dalam kuadran ini harus lebih dapat ditingkatkan lagi kinerjanya agar dapat memuaskan penumpang.
2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi), atribut-atribut pelayanan di daerah ini menunjukkan nilai untuk agar dapat ditingkatkan. Tingkat kepentingan yang tinggi dapat direspon baik oleh responden. Atribut yang ada di kuadran ini merupakan

kekuatan atau keunggulan di mata responden.

3. Kuadran III (Prioritas Rendah), atribut pelayanan yang terdapat dipelayanan ini dianggap kurang penting oleh penumpang dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan terhadap atribut yang masuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pengunjung sangat kecil.

4. Kuadran IV (Berlebihan), kuadran ini memuat atribut-atribut pelayanan yang dianggap kurang penting oleh penumpang tetapi menunjukkan responden menerima pelayanan lebih dari apa yang diharapkan tetapi sehingga tidak menunjukkan prioritas perbaikan (berlebihan).