

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan penelitian

Jenis penelitian ini adalah *field research*, yaitu penelitian terjun langsung ke lapangan untuk menggali data dan menggali permasalahan yang diteliti.

Pendekatan dari penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu metode yang digunakan untuk penyajian hasil data penelitian berupa angka-angka yang kemudian dianalisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2010, hlm. 7).

B. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian ini terletak di PT. PLN (Persero) Ahmad Yani yang terletak di Jl. A. Yani No. 57, Pemurus Baru, Banjarmasin Selatan. No Telp (0511) 3269681.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/ subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan di tarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010, hlm. 80).

Populasi dalam penelitian ini secara keseluruhan berjumlah 107.491 dimana pengguna listrik Prabayar yang berjumlah 40.785 dan Pascabayar yang berjumlah 66.706 pada PT. PLN Ahmad Yani Banjarmasin.

2. Sampel

Sampel adalah suatu bagian dari populasi tertentu yang menjadi perhatian. Dalam teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling* adalah suatu sampel yang dipilih sedemikian rupa dari populasi sehingga setiap anggota tidak memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel. Pemilihan sampel menggunakan *Accidental Sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu sesuai sebagai sumber data. Pengambilan sampel menggunakan rumus *Slovin*.

Pengambilan sampel untuk pelanggan pengguna listrik pascabayar dan prabayar menggunakan rumus *Slovin* sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = Ukuran Sampel

N = Jumlah seluruh anggota populasi

e = Nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persentase kelonggaran, ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel) = 10%

Listrik Prabayar

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{40.785}{1 + 107.491 (0,1)^2} = \frac{40.785}{408,85} = 99,75 = 100$$

Maka sampel yang digunakan untuk listrik prabayar berjumlah 100 responden.

Listrik Pascabayar

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{66.706}{1 + 107.491 (0,1)^2} = \frac{66.706}{668.06} = 99,85 = 100$$

Sampel yang digunakan untuk listrik Pascabayar berjumlah 100 responden.

D. Data dan Sumber data

1. Data

Data adalah hasil pencatatan penelitian baik berupa fakta maupun angka. Data yang digali berupa data primer dan data sekunder.

Data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian yang didapat dengan mengumpulkan langsung dari responden melalui teknik pengumpulan data berupa kuesioner/angket. Data primer dalam penelitian ini adalah kuesioener yang telah diisi responden yang terlibat langsung selama penelitian ini.

Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari PLN Ahmad Yani mengenai jumlah pelanggan dan lain sebagainya melalui wawancara dan dokumen.

2. Sumber data

Untuk memperoleh data diatas maka diperlukan sumber data sebagai berikut, (1) responden, yaitu pelanggan listrik pengguna prabayar dan pasca-bayar masing-masing berjumlah 100 orang; (2) Dokumen, adalah semua catatan atau arsip yang memuat data-data atau informasi yang mendukung dalam penelitian ini baik yang berasal dari catatan-catatan atau dokumen.

E. Teknik pengumpulan data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, wawancara, dan dokumentasi.

Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data dengan menyebar angket yang berisi item-item pertanyaan kepada responden yang telah ditentukan dan dengan jumlah yang telah ditetapkan. Item-item pertanyaan tentu saja berhubungan dengan penelitian yang diteliti.

Wawancara, adalah metode pengambilan data dengan cara menanyakan sesuatu yang berhubungan dengan penelitian yang sedang diteliti kepada seseorang yang menjadi informan.

Dokumentasi adalah suatu cara pengumpulan data-data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti sehingga diperoleh data yang lengkap, sah dan bukan berdasarkan perkiraan.

F. Desain Pengukuran

Desain penelitian ini dilakukan dengan membuat kuesioner yang menggunakan skala likert. Skala likert adalah skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespon pertanyaan berkaitan dengan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur (Abdullah, 2015, hal. 183).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan kuesioner yang disusun dengan menyiapkan 5 (lima) pilihan yakni : sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, sangat tidak setuju. Setiap pilihan akan diberikan bobot nilai yang berbeda yaitu:

Skor/ Nilai 1 : Sangat Tidak Setuju (STS)

Skor/ Nilai 2 : Tidak Setuju (TS)

Skor/ Nilai 3 : Netral (N)

Skor/ Nilai 4 : Setuju (S)

Skor/ Nilai 5 : Sangat Setuju (SS)

G. Teknik Analisis Data

Pengolahan data secara kuantitatif yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner responden. Kuesioner inilah yang digunakan peneliti sebagai instrumen penelitian. Ada beberapa langkah yang perlu dilakukan dalam proses pengolahan data, yaitu:

1. *Editing*, yaitu mempelajari kembali data yang terkumpul sehingga dapat diketahui kelengkapan dan kekurangannya dalam rangka penyusunan nantinya.
2. Klasifikasi, yaitu data yang sesuai dengan permasalahannya sehingga memudahkan dalam penguraian laporan hasil penelitian.
3. Deskripsi, yaitu menguraikan data dan menyusun kembali data yang telah terhimpun dalam uraian yang sistematis.

Setelah melakukan pengolahan data diatas, hal selanjutnya yang dilakukan adalah analisis data dengan metode statistik. Penelitian ini menggunakan program *SPSS* untuk menghitung validitas dan reliabilitas data. Selanjutnya menggunakan program excel untuk menghitung tingkat kepuasan pelanggan pada masing-

masing sistem listrik dan perbandingannya. Adapun analisis data yang dilakukan adalah:

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah pengukuran untuk melihat apakah data yang hendak diukur valid atau tidak (Sugiyono, 2011, hal. 173). Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa tepat suatu instrument atau item-item untuk dijadikan pengukuran. Uji validitas disini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor pada item dengan skor totalnya itemnya.

Metode pengambilan keputusan untuk uji validitas yaitu berdasarkan signifikansi. Jika nilai signifikansi skor total $> 0,05$ maka item dinyatakan tidak valid. Begitupun sebaliknya jika nilai signifikansi skor total $< 0,05$ maka item dinyatakan valid (Priyanto, 2016, hal. 143).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji konsisten alat ukur, apakah hasilnya tetap konsisten atau tidak jika pengukuran diulang. instrumen kuesioner yang tidak reliabel maka tidak konsisten untuk pengukuran sehingga hasil pengukuran tidak dapat dipercaya. Uji reliabilitas digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan metode *Cronbach Alpha*.

c. Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Customer Satisfaction Index atau Indeks Kepuasan Pelanggan adalah metode yang sering digunakan perusahaan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan dengan cara membandingkan atribut kinerja dengan harapan.

Berikut tabel interpretasi CSI:

Tabel 3.1
Interpretasi CSI

No.	Nilai CSI (%)	Keterangan (CSI)
1	81% - 100%	Sangat Puas
2	66% - 80,99%	Puas
3	51% - 65,99%	Cukup Puas
4	35% - 50,99%	Kurang Puas
5	0% - 34,99%	Tidak Puas

Nilai maksimum CSI adalah 100%. Jika nilai CSI atau indeks kepuasan pelanggan 50% atau lebih rendah menandakan kinerja pelayanan yang kurang baik. Sebaliknya jika nilai CSI berada di kisaran 80% atau lebih tinggi menandakan kinerja pelayanan yang baik dan memuaskan.

Sebelum menentukan tingkat kepuasan pelanggan tersebut. Ada beberapa tahap yang harus dilakukan, yaitu:

1. Menentukan *Mean Important Score (MIS)* tiap-tiap variabel,
2. Membuat *Weight Factors (WF)* per variabel. Bobot ini merupakan persentase nilai *MIS* per variabel terhadap total *MIS* seluruh variabel,
3. Menentukan *Mean Satisfaction Score (MSS)* tiap atribut,
4. Menentukan *Weight Score (WS)* tiap variabel. Bobot ini merupakan perkalian antara *WF* dengan *MSS*,
5. Menentukan *Customer Satisfaction Index (CSI)* (Syukri, 2014).