

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian menggunakan analisis deskriptif. Penelitian analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi.¹ Penelitian deskriptif ini bertujuan untuk memperoleh gambaran yang sebenarnya dari subyek penelitian yaitu Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kediri tentang pengukuran kinerja dengan menggunakan perspektif pelanggan melalui tiga indikator.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini yang digunakan dalam penelitian ini adalah di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kediri yang beralamatkan di Jl. Jl. Sunan Ampel No. 7, Ngronggo, Kec. Kota Kediri, Kota Kediri, Jawa Timur 64129, Indonesia.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Penelitian ini jenis data yang digunakan adalah:

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D/ Sugiyono* (Bandung: Alfabeta, 2008), 147.

- a. Data Kuantitatif, yaitu berupa angka-angka secara tertulis, seperti: data mahasiswa STAIN Kediri tahun 2017.
- b. Data kualitatif, yaitu data berupa keterangan-keterangan tertulis, seperti metode penilaian kinerja di perusahaan/ lembaga pendidikan dan arsip STAIN Kediri.

2. Sumber Data

Sumber data yang peneliti peroleh terdiri atas:

a. Data Primer

Data primer merupakan data penelitian yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Dalam penelitian ini data primer yang dikumpulkan diperoleh dari hasil kuesioner yang digunakan untuk mengukur kepuasan mahasiswa (*Customer Satisfaction*).

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dan dicatat oleh pihak lain yang kemudian telah diolah dengan baik dalam bentuk laporan, notulen, catatan maupun dokumen-dokumen lain yang dibutuhkan dalam penelitian. Dalam hal ini data diambil dari lembaga dan dari hasil penelitian lainnya yaitu diantaranya dokumen lembaga seperti laporan keuangan, studi kepustakaan, dan lain-lain. Data sekunder dalam penelitian ini berupa:

- 1) Data mahasiswa STAIN Kediri tahun 2017.
- 2) Sejarah singkat dan struktur organisasi STAIN Kediri.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner

Yaitu teknik pengumpulan data dengan menyebarkan lembar pertanyaan. Penyebaran kuesioner difokuskan kepada para pelanggan yang dalam hal ini adalah mahasiswa untuk mengetahui penilaian tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan akademik yang diberikan STAIN Kediri.

Teknik ini menggunakan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden, dalam arti tentang laporan pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui. Bentuk kuesioner dalam penelitian ini terdiri atas 50 pertanyaan terkait kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan akademik.

Setiap item pertanyaan terdiri dari lima alternatif jawaban yaitu sangat puas (SP), puas (P), Netral (N), tidak puas (TP), dan sangat tidak puas (STP) dengan skor nilai 5 (lima) sampai dengan 1 (satu) untuk kuesioner perspektif kepuasan pelanggan.

2. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang bersumber pada hal-hal yang tertulis, seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya.

Dalam penelitian ini, teknik dokumentasi digunakan untuk memperoleh data yang berhubungan dengan sejarah berdirinya STAIN Kediri, struktur organisasi STAIN Kediri, dan data yang terkait dengan perspektif pelanggan termasuk data pelanggan/mahasiswa STAIN Kediri.

3. Studi Pustaka

Yaitu merupakan teknik pengumpulan data berdasarkan sumber-sumber yang diperoleh dari literatur yang relevan yang membahas mengenai pengukuran kinerja *Balanced Scorecard* guna memperoleh gambaran teoritis.

E. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah kelompok subyek yang akan dikenai generalisasi hasil penelitian, yang memiliki karakteristik/ciri (tidak terbatas) yang membedakan dengan kelompok lain². Menurut Nasir, populasi merupakan kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan.³ Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan STAIN Kediri yaitu mahasiswa aktif yang tercatat di tahun 2017 yang berjumlah 6.884 orang.

²Masri Singarimbun, *Metodologi Penelitian Survei* (Jakarta: New Aqua, 1989), 152.

³Muhammad Nasir, *Metode Penelitian* (Jakarta: Ghalia, 1999), 144.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁴ Teknik sampel dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik *probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih sebagai anggota sampel. Sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *simple random sampling*, dimana dilakukan penyebaran kuesioner secara acak kepada mahasiswa STAIN Kediri.

Karena jumlah populasi mahasiswa telah diketahui dan untuk mendapatkan sampel yang dapat menggambarkan populasi, maka dari untuk pengambilan sampel mahasiswa, menggunakan cara pengambilan sampel menurut Frankel dan Wallen, yang mengatakan jika metode penelitian adalah penelitian deskriptif, disarankan besar sampel minimum sebanyak 100.⁵ Oleh karena itu, peneliti memilih jumlah minimum menurut Frankel dan Wallen sejumlah 100 mahasiswa untuk dijadikan sampel yang diharapkan dapat mewakili dari jumlah populasi yang ada.

Dalam hal ini populasi dan sampel yang digunakan untuk mendukung teknik pengukuran perspektif pelanggan indikator kepuasan pelanggan. Sedangkan indikator yang lain diukur dengan

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 81.

⁵ Fraenkel J dan Wallen N, *How to Design and Evaluate Research In Education*, edisi ke-2, (New York: Mc Draw-Hill Inc, 1993), 92.

menggunakan teknik analisis data sesuai data sekunder yang telah dikumpulkan (*non sampling*).

Pengumpulan data kuesioner dilakukan selama 7 hari, dengan metode *Simple Random Sampling*, meminta mahasiswa STAIN Kediri untuk mengisi kuesioner yang diajukan oleh peneliti.

F. Definisi Operasional

Pengukuran kinerja terdiri atas dua kata yaitu pengukuran dan kinerja. Kata pengukuran berasal dari kata dasar “ukur” yang menunjukkan arti tindakan, daya upaya, dan jika dikaitkan dengan jangka maka ukur juga berarti jarak waktu dan waktu tertentu, sedangkan kata pengukuran itu sendiri berarti proses, cara, perbuatan mengukur, yang jika dikaitkan dengan pendidikan meliputi proses penilaian dan ujian program sekolah. Kata kinerja berarti sesuatu yang dicapai, prestasi yang diperlihatkan, dan kemampuan kerja (tentang peralatan).⁶ Dengan definisi dari Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) di atas, maka yang dimaksud pengukuran kinerja yang penelitian ini adalah proses mengukur untuk menilai sesuatu yang dicapai atau prestasi dari sebuah kemampuan kerja dalam waktu tertentu.

Pengukuran kinerja adalah penentuan secara periodik efektivitas operasi suatu organisasi, bagian organisasi dan personelnnya, berdasarkan sasaran, standar dan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya. Oleh

⁶ Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2017, <https://kbbi.id/ukur>, diakses pada 28 September 2017 pukul 19.12 WIB.

karena organisasi pada dasarnya dioperasikan oleh sumber daya manusia, maka pengukuran kinerja sesungguhnya merupakan penilaian atas perilaku manusia dalam melaksanakan peran yang mereka mainkan dalam organisasi.⁷ Sumber Daya Manusia yang berperan dalam pengukuran kinerja di STAIN Kediri yang dimaksud adalah para karyawan yang meliputi staf kantor (akademik) dan tenaga pengajar (dosen). Dan ukuran yang tepat untuk mengukur kinerja STAN Kediri adalah melalui pelanggan yang dalam hal ini adalah mahasiswa.

Pengertian pelanggan adalah seorang individu ataupun kelompok yang membeli produk fisik ataupun jasa dengan mempertimbangkan berbagai macam faktor seperti harga, kualitas, tempat, pelayanan dan sebagainya berdasarkan keputusan mereka sendiri atau dapat juga dikatakan sebagai seseorang/ sekelompok orang yang menggunakan produk atau jasa tertentu pada periode tertentu secara tetap dan berkala untuk memenuhi kebutuhannya.

Perspektif pelanggan instrumen yang digunakan adalah data mahasiswa periode tahun 2017. Dalam pengukuran kinerja perspektif pelanggan pengukuran yang dilakukan meliputi indikator: akuisisi pelanggan, retensi pelanggan, dan kepuasan pelanggan.

⁷ *Ibid.*, 98.

a. Tingkat Pemerolehan Pelanggan (*Customer Acquisition*)

Indikator akuisisi pelanggan untuk mengetahui kemampuan berhasil menarik mahasiswa baru, diukur dengan jumlah mahasiswa baru yang melakukan registrasi dibagi jumlah keseluruhan mahasiswa baru yang diterima, dinyatakan dalam persen.⁸

b. Tingkat Retensi Pelanggan (*Customer Retention*)

Indikator retensi pelanggan mengukur sejauh mana keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan pelanggan, diukur dengan membandingkan jumlah mahasiswa yang lulus pada tahun yang bersangkutan terhadap jumlah total mahasiswa pada tahun yang bersangkutan (pada saat menjadi mahasiswa baru), dinyatakan dalam persen.⁹

c. Tingkat Kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*)

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya.¹⁰ Indikator kepuasan pelanggan mengukur seberapa jauh mahasiswa merasa puas terhadap layanan perusahaan. Layanan yang dimaksud adalah layanan akademik STAIN Kediri termasuk di dalamnya layanan dari pegawai kantor dan dosen, sarana prasarana, dll.

⁸ Nurul Qomariyah, “*Kinerja Manajemen Perguruan Tinggi Ditinjau Dari Perspektif Pelanggan dan Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan (Studi Kasus Pada Universitas Muhammadiyah Jember)*”. Jurnal Akuntansi & investasi Vol. 14 No. 1, Januari 2013, 43.

⁹ Ibid., 42.

¹⁰ Sedarmayanti, *Reformasi administrasi Publik, Reformasi Birokrasi, dan Kepemimpinan Masa Depan, (Mewujudkan Pelayanan Prima dan Pemerintahan yang Baik)*, (Bandung: PT Refrika Aditama, 2009), 264.

Tabel 3.1

Definisi Operasional Penelitian

Variabel	Indikator Pengukuran
Pemerolehan Pelanggan (<i>Customer Acquisition / CA</i>)	Jumlah mahasiswa baru yang registrasi pada tahun yang bersangkutan $CA = \frac{\text{Jumlah mahasiswa baru yang registrasi pada tahun yang bersangkutan}}{\text{Jumlah keseluruhan mahasiswa baru pada tahun yang bersangkutan}} \times 100\%$
Retensi Pelanggan (<i>Customer Retention/ CR</i>)	Jumlah mahasiswa yang lulus Pada tahun yang bersangkutan $CR = \frac{\text{Jumlah mahasiswa yang lulus Pada tahun yang bersangkutan}}{\text{Jumlah mahasiswa baru pada tahun yang bersangkutan}} \times 100\%$
Tingkat Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction/ CS</i>)	Kepuasan mahasiswa terhadap layanan akademik.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bagi peneliti yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi yang relevan dengan permasalahan penelitian.¹¹ Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan adalah pedoman kuesioner, yaitu suatu daftar pertanyaan berupa formulir-formulir yang diajukan secara tertulis kepada subjek untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan tertulis seperlunya.¹² Cara mengisinya adalah dengan memberi tanda centang (√) pada jawaban yang dipilih. Kuesioner disebarkan kepada anggota sampel dari populasi

¹¹ Rully Indrawan dan R. Poppy Yaniawati, *Metodologi Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan dan Pendidikan*, (Bandung: PT Rafika Aditama, 2014), 112

¹² Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam : Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: UPFE UMY, 2003), 61.

penelitian.¹³ Adapun kuesioner ini akan digunakan sebagai alat untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan (mahasiswa) atas pelayanan akademik termasuk didalamnya karyawan dan dosen pengajar di STAIN Kediri.

H. Uji Instrumen Penelitian

Pengujian yang dilakukan adalah untuk menguji kuesioner yang nantinya dipergunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan. Berdasarkan dari hasil penelitian ini diharapkan dapat diperoleh hasil yang objektif, yang dikenal dengan istilah *validitas*. Selain itu juga perlu pengujian tentang konsistensi data penelitian yang dikenal dengan istilah reliabilitas. Uji *validitas* dan uji reabilitas merupakan dua syarat dalam menentukan baik atau tidaknya suatu penelitian.

1. Uji *Validitas*

Uji *validitas* digunakan untuk mengukur sah atau *valid* tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.¹⁴ Alat ukur yang mempunyai *validitas* tinggi berarti mempunyai varian kesalahan yang kecil, sehingga memberikan keyakinan bahwa data yang terkumpul merupakan data yang dapat dipercaya.

¹³Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 74.

¹⁴Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Cetakan IV (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 45.

Suatu skala pengukuran disebut *valid* bila melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang sebenarnya diukur. Salah satu metode yang digunakan dalam uji *validitas* seperti korelasi adalah *Pearson Product Moment Correlation* (seperti metode analisis korelasi) atau dapat disebut dengan *Bivariate Pearson* dengan rumus sebagai berikut:¹⁵

$$\text{Korelasi} = r = \frac{N(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2\} - \{N \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi antara x dan y (*Product Moment*)

N = banyaknya responden

x = skor yang diperoleh dari seluruh item

y = skor total yang diperoleh dari seluruh item

Validitas data diukur dengan membandingkan r hitung dengan r tabel (*r product moment*). Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai produktif maka butir atau pertanyaan tersebut dinyatakan *valid*.¹⁶

Untuk menghitung *validitas* dilakukan dengan bantuan aplikasi *SPSS for windows 21*

Angka korelasi yang diperoleh secara statistik harus dibandingkan dengan angka kritik tabel korelasi nilai r . Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ berarti data tersebut signifikan (*valid*) dan layak digunakan dalam

¹⁵ TonyWijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 88.

¹⁶Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 1999), 135.

penelitian. Dan sebaliknya apabila nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ berarti data tersebut tidak signifikan (*tidak valid*) dan tidak diikutsertakan dalam penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Pengujian reabilitas dibantu dengan menggunakan koefisien *Croanbach Alpha*¹⁷ Untuk menghitung reliabilitas dilakukan dengan bantuan aplikasi *SPSS for windows 21*.

Kriteria yang digunakan untuk menafsirkan hasil uji reliabilitas, adalah:

- a. Jika nilai_{hitung} lebih besar dari taraf signifikan(α) = 0,6 maka kuesioner dinyatakan *reliabel*.
- b. Jika nilai_{hitung} lebih kecil dari taraf signifikan(α) = 0,6 maka kuesioner dinyatakan tidak *reliabel*.

I. Teknik Analisis Data

Menurut Masri Singarimbun dan Sofyan Efendi, analisis data adalah suatu proses penyederhanaan data dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan.¹⁸

¹⁷ Ibid., 141.

¹⁸ Masri Singarimbun, Sofyan Efendi, *Metodologi Penelitian Survei* (Jakarta: Pustaka, 1990), 203.

1. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, metode data yang digunakan menggunakan *scoring* dan kategorisasi yang sesuai dengan prinsip-prinsip Metode *Balanced Scorecard* untuk mengukur kinerja masing-masing perspektif sebagai berikut :

a. Tingkat Pemerolehan Pelanggan (*Customer Acquisition / CA*)

Mengukur tingkat pemerolehan pelanggan/ mahasiswa dengan kata lain pencapaian STAIN Kediri dalam memperoleh mahasiswa baru pada tahun 2017. Yang dimaksud mahasiswa baru adalah mahasiswa yang masuk pada tahun pertama menjadi mahasiswa dan telah melakukan registrasi awal.

$$\text{Pemerolehan Pelanggan} = \frac{\text{Jumlah Mahasiswa Baru yang Melakukan Registrasi Pada Tahun yang Bersangkutan}}{\text{Jumlah Keseluruhan Mahasiswa Baru Pada Tahun yang bersangkutan}} \times 100\%$$

b. Tingkat Retensi Pelanggan (*Customer Retention/ CR*)

Mengukur sejauh mana keberhasilan perusahaan dapat mempertahankan pelanggan. Pelanggan yang dimaksud adalah mahasiswa yang telah menjadi mahasiswa aktif (yang telah membayar her-registrasi) yang masih menjalani masa perkuliahan tiap semester dalam proses sampai dinyatakan lulus atau dengan kata lain mahasiswa aktif yang sudah menjalani pendidikan lebih dari 1 tahun, dan belum dinyatakan lulus.

Dalam hal ini, yang dimaksudkan adalah mengukur keberhasilan STAIN Kediri tahun 2017 dalam mempertahankan mahasiswa STAIN Kediri untuk terus melanjutkan ke semester yang selanjutnya dengan melakukan registrasi dan tetap menjadi mahasiswa aktif (tidak melakukan cuti atau keluar atau pindah) sampai dinyatakan lulus. Maka ukuran perbandingan yang digunakan peneliti adalah pertama, mahasiswa yang bertahan pada semester tertentu dengan jumlah mahasiswa pada tahun tertentu yang peneliti hitung pada tahun 2014 - 2016 dan kedua, perbandingan mahasiswa yang lulus tahun 2017 dengan jumlah mahasiswa baru tahun 2014 (tahun dimana mahasiswa yang lulus tahun 2017 menjadi mahasiswa baru) karena waktu ideal untuk lulus adalah 4 tahun, dengan asumsi banyaknya mahasiswa yang lulus tersebut menunjukkan keberhasilan STAIN Kediri dalam mempertahankan mahasiswanya.

$$(I) \text{ Retensi Pelanggan} = \frac{\text{Jumlah Mahasiswa yang melanjutkan semester berikutnya Pada Tahun yang bersangkutan}}{\text{Jumlah Mahasiswa Baru Pada Tahun yang Bersangkutan}} \times 100\%$$

$$(II) \text{ Retensi Pelanggan} = \frac{\text{Jumlah Mahasiswa yang Lulus Pada Tahun yang Bersangkutan}}{\text{Jumlah Mahasiswa Baru Pada Tahun yang Bersangkutan}} \times 100\%$$

c. Tingkat Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction/ CS*)

Mengukur tingkat kepuasan para pelanggan/ mahasiswa terhadap layanan STAIN Kediri. Pengukuran ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner untuk mengetahui kepuasan mahasiswa dalam hal pelayanan akademik dan layanan proses perkuliahan.

Dalam penelitian ini langkah-langkah yang digunakan dalam menganalisis data adalah menyusun kuesioner/kuesioner untuk memperoleh data primer yang berkaitan dengan tingkat kepuasan pelanggan/ mahasiswa. Jenis kuesioner yang digunakan dalam kuesioner adalah skala Likert, yaitu skala yang berisi lima tingkat jawaban yang merupakan skala ordinal, yaitu “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi, seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”.¹⁹ Kuesioner yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan diadopsi dari kuesioner kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan akademik dan dosen dari Kementerian Pendidikan Kebudayaan Universitas Negeri Padang Badan Penjamin Mutu Internal dengan ditambahkan beberapa aspek yang mendukung disesuaikan dengan objek penelitian STAIN Kediri, dimana kuesioner tersebut peneliti gunakan untuk mengukur kinerja pada indikator kepuasan pelanggan, dengan skala yang dibuat dapat dilihat pada tabel berikut ini.

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*,..., 74.

Tabel 3.2
Skala Likert Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap
Kinerja Pelayanan STAIN Kediri

No.	Tingkat Kepuasan	Nilai
1	Sangat Puas	5
2	Puas	4
3	Netral	3
4	Tidak Puas	2
5	Sangat Tidak Puas	1

2. Skala dan Instrumen Penelitian

a. Skala Pengukuran Kinerja Indikator Akuisisi Pelanggan

Menentukan terlebih dahulu interval skor untuk kriteria penilaian kinerja yang mengacu pada pembuatan kelas interval dalam statistik untuk data ordinal secara keseluruhan yaitu menentukan rentang dan menentukan panjang kelas interval.

$$\text{Rentang} = \text{data terbesar} - \text{data terkecil}$$

$$\text{Kelas Interval} = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyak kelas interval}}$$

Sehingga dapat diketahui interval skor melalui kuesioner penilaian kinerja perspektif pelanggan dari indikator kepuasan pelanggan. Penentuan rentang mengacu pada skor yang

digunakan yaitu banyak kelas interval dari angka 1 (satu) sampai 5 (lima). Angka 1 (satu) merupakan data terkecil besarnya 20%, sedangkan data terbesar yang diperoleh dari angka 5 (lima) yang besarnya 100%. Jadi rentangnya adalah $100\% - 20\% = 80\%$, maka diperoleh kelas intervalnya yaitu $80\% : 5 = 16$. Sehingga kriteria penilaian kinerja dan skala yang digunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3

Skala Pengukuran Akuisisi Pelanggan

Interval Pencapaian	Skala	Kriteria Penilaian
20%-36%	1	Sangat Tidak Baik
37%-52%	2	Tidak Baik
53%-68%	3	Kurang Baik
69%-84%	4	Baik
85%-100%	5	Sangat Baik

b. Skala Pengukuran Kinerja Indikator Retensi Pelanggan

Menentukan terlebih dahulu interval skor untuk kriteria penilaian kinerja yang mengacu pada pembuatan kelas interval dalam statistik untuk data ordinal secara keseluruhan yaitu menentukan rentang dan menentukan panjang kelas interval.

Rentang = data terbesar – data terkecil

Rentang

Kelas Interval = _____

Banyak kelas interval

Sehingga dapat diketahui interval skor melalui kuesioner penilaian kinerja perspektif pelanggan dari indikator kepuasan pelanggan. Penentuan rentang mengacu pada skor yang digunakan yaitu banyak kelas interval dari angka 1 (satu) sampai 5 (lima). Angka 1 (satu) merupakan data terkecil besarnya 20%, sedangkan data terbesar yang diperoleh dari angka 5 (lima) yang besarnya 100%. Jadi rentangnya adalah $100\% - 20\% = 80\%$, maka diperoleh kelas intervalnya yaitu $80\% : 5 = 16$. Sehingga kriteria penilaian kinerja dan skala yang digunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 3.4

Skala Pengukuran Retensi Pelanggan

Interval Pencapaian	Skala	Kriteria Penilaian
20%-36%	1	Sangat Tidak Baik
37%-52%	2	Tidak Baik
53%-68%	3	Kurang Baik
69%-84%	4	Baik
85%-100%	5	Sangat Baik

c. Skala Pengukuran Kinerja Indikator Kepuasan Pelanggan

Data yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan dilakukan analisis data sebagai berikut:

- 1) Pemeriksaan Data (*editing*) yaitu mengecek kuesioner yang diterima kembali untuk memeriksa kesalahan atau kekurangan.
- 2) Pembuatan Kode (*coding*), yaitu proses pemberian tanda menggunakan angka atau simbol pada semua jawaban yang terdapat dalam kuesioner.
- 3) Tabulasi data dengan cara sebagai berikut:
 - Memberi skor pada setiap item pertanyaan sesuai dengan skala Likert.
 - Merekapitulasi frekuensi jawaban responden pada tiap item pernyataan.
 - Melakukan uji *validitas* dan uji *reliabilitas*.
 - Menghitung frekuensi jawaban seluruh responden terhadap pernyataan yang diteruji *valid* dan *reliabel* menggunakan tabel sebagai berikut:

Tabel 3.5

Perhitungan Frekuensi Jawaban Kuesioner

No. Item	Frekuensi Jawaban					Skor Item	Skor Ideal	Kategori/kriteria Penilaian
	1	2	3	4	5			

- Menghitung skor setiap item pertanyaan, yaitu dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Skor per item} = \sum f_i \cdot \chi_i$$

Di mana:

f_i = nilai frekuensi pada jawaban ke – i

χ_i = jumlah responden pada frekuensi ke – i

- Menghitung skor ideal untuk setiap item pertanyaan dengan mengalikan skor tertinggi dengan seluruh jumlah responden.²⁰

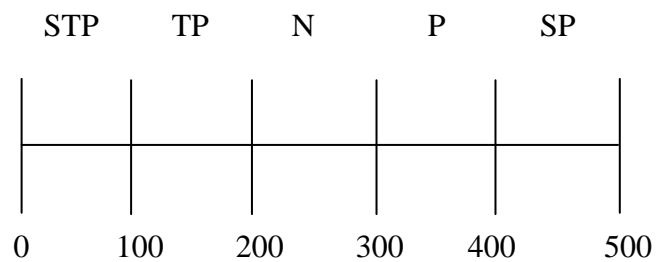
Skor ideal untuk setiap item pertanyaan dalam perspektif pelanggan.

$$5 \times 100 = 500$$

- Setelah diperoleh skor jawaban setiap item pertanyaan kemudian diinterpretasikan dari letak jumlah skor jawaban

²⁰ Riduwan, *Dasar-dasar Statistika*(Bandung: Alfabeta, 2011), 14.

pada skala Likert dengan membuat kategori secara kontinum setiap item pertanyaan dalam perspektif kepuasan pelanggan sebagai berikut:



- Setelah menghitung frekuensi jawaban setiap item pertanyaan dan menginterpretasikan dengan kategori secara kontinum, selanjutnya dihitung skor kuesioner perspektif pelanggan untuk mendapatkan tingkat kriteria pencapaian kinerja. Skor kuesioner dibuat dalam bentuk prosentase (%) dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Skor\ kuesioner = \frac{\text{Jumlah skor kuesioner}}{\text{Jumlah skor ideal}} \times 100\%$$

- Setelah mendapat skor kuesioner, selanjutnya menentukan interval skor untuk kriteria penilaian kinerja yang mengacu pada pembuatan kelas interval kuesioner dalam statistik untuk data ordinal secara keseluruhan melalui beberapa tahap, yaitu:

- Menentukan rentang

$$Rentang = \text{data terbesar} - \text{data terkecil}$$

- Menentukan panjang kelas interval

$$\text{Kelas Interval} = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyak kelas interval}}$$

Sehingga dapat diketahui interval skor melalui kuesioner penilaian kinerja perspektif pelanggan dari indikator kepuasan pelanggan. Penentuan rentang mengacu pada skor yang digunakan yaitu banyak kelas interval dari angka 1 (satu) sampai 5 (lima). Angka 1 (satu) merupakan data terkecil besarnya 20%, sedangkan data terbesar yang diperoleh dari angka 5 (lima) yang besarnya 100%. Jadi rentangnya adalah $100\% - 20\% = 80\%$, maka diperoleh kelas intervalnya yaitu $80\% : 5 = 16$. Sehingga kriteria penilaian kinerja yang digunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 3.6

Skala Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Skala	Kriteria Penilaian	Interval Pencapaian
1	Sangat Tidak Puas	20%-36%
2	Tidak Puas	37%-52%
3	Kurang Puas	53%-68%
4	Puas	69%-84%
5	Sangat Puas	85%-100%

- d. Skala Pengukuran Kinerja Perspektif Pelanggan secara Keseluruhan

Tabel 3.7

Format Bobot Keseluruhan Perspektif *Pelanggan*

No.	Indikator	Aspek yang di Ukur	Tahun	Nilai	Skor (1-5)
I	Akuisisi Pelanggan (<i>Customer Acquisition</i>)	Mahasiswa Baru yang melakukan Registrasi pada tahun pertama setelah dinyatakan lulus dalam tahap seleksi	2014	100%	5
			2015	100%	5
			2016	100%	5
			2017	100%	5
	Skor Keseluruhan I				20
II	Retensi Pelanggan (<i>Customer Retention</i>)	Mahasiswa yang melanjutkan ke semester berikutnya	2014	100%	5
			2015	100%	5
			2016	100%	5
		Mahasiswa yang dinyatakan lulus	2017	100%	5
	Skor Keseluruhan II				20
III	Kepuasan Pelanggan (<i>Customer</i>)	1. Aspek <i>Tangibles</i>	-	100%	5
		2. Aspek <i>Reliability</i>	-	100%	5
		3. Aspek <i>Responsiveness</i>	-	100%	5

	<i>Satisfaction)</i>	4. Aspek <i>Assurance</i>	-	100%	5
		5. Aspek <i>Empathy</i>	-	100%	5
		6. Aspek <i>Information System</i>	-	100%	5
Skor Keseluruhan III					30
Total Skor					70

Setelah menentukan pembobotan untuk tiap komponen atau tiap indikator pengukuran kinerja perspektif pelanggan, maka skor Kinerja akhir Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kediri berdasarkan perspektif pelanggan mengadopsi dari pendekatan *Balanced Scorecard*, secara keseluruhan dari aspek yang diukur dari masing-masing indikator dinilai dengan skala Likert seperti tabel berikut:

Tabel 3.8

Nilai Kinerja Akhir Perspektif Pelanggan

Nilai (Skor)	Skala	Kriteria Penilaian
14-25,1	1	Sangat Tidak Baik
25,2-36,3	2	Tidak Baik
36,4-47,5	3	Kurang Baik
47,6-58,7	4	Baik