

**PENGARUH METODE EKSPERIMEN DALAM EFEKTIVITAS
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT**



METODE PENELITIAN ADMINISTRASI PUBLIK

Disusun Oleh :

Rara Alieffania Rino

2256041044

**ILMU ADMINISTRASI NEGARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG**

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi dalam memperkaya kajian yang dilakukan oleh peneliti terkait judul penelitian ini ialah sebagai berikut:

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Metode	Judul	Hasil Penelitian
Jepi Herani (2018)	<i>Explanatory Research</i>	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Merek Melalui Kepuasan Pelanggan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, untuk variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara tidak signifikan terhadap loyalitas merek, kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas merek. Hal ini menunjukkan bahwa peran kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kualitas pelayanan dan loyalitas merek. Implikasi hasil penelitian ini untuk meningkatkan dan mempertahankan loyalitas merek peningkatan pelanggan bengkel Yamaha 2 Mei Bandar Lampung.

Rifqi Rosyarifuddin (2023)	Metode Kuantitatif dengan dua variabel	Pengaruh Penggunaan Knalpot Balap Kendaraan Roda Dua Oleh Kalangan Remaja Terhadap Masyarakat Di Kelurahan Beringin Jaya	Pada penelitian ini mendapatkan hasil uji validitas sebesar 0,1986 dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 dan hasil uji reliabilitas sebesar 0,717, 0,772, dan 0,898 > 0,600. Kemudian hasil uji crosstab menunjukkan bahwa terdapat keterkaitan mutlak antara kedua variabel dengan nilai value kuat yang dibuktikan dari nilai statistik T (Approximate T) mendekati 1 maka Hipotesis Ho ditolak. Pada uji rank spearman didapatkan hasil bahwa adanya pengaruh antara penggunaan knalpot balap kendaraan roda dua di jalanan umum oleh kalangan remaja terhadap respons masyarakat di Kelurahan Beringin Jaya dengan nilai correlation coefficient yang dihasilkan yaitu sebesar 0,632 atau masuk ke dalam kategori kuat.
Nur Hasanah (2018)	Quasi Eksperimen	Pengaruh Metode Eksperimen Terhadap Hasil Belajar Siswa Mata Pelajaran Ipa Kelas V Mis Suturuzzhulam Tembung	Temuan penelitian ini sebagai berikut : 1) Penggunaan metode Eksperimen pada proses pembelajaran IPA, pada pelaksanaan pembelajaran dengan menggunakan metode

Eksperimen siswa melakukan kerja kelompok sesuai LKS, setelah itu masing-masing kelompok mempresentasikan hasil kerja kelompoknya. 2) Hasil belajar siswa pada mata pelajaran IPA kelas V di MIS Suturuzzhulam pada kelas eksperimen (VA) yang diberi perlakuan dengan menggunakan metode Eksperimen memperoleh nilai rata-rata post test = 87,62 dan hasil belajar siswa kelas kontrol (VB) yang diberi perlakuan dengan menggunakan metode Konvensional memperoleh nilai rata-rata post test = 66,5. 3) Berdasarkan hasil uji t dimana diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$, $6,654 > 2,023$ ($n = 21$) dengan taraf signifikan 0,05 yang menyatakan terima H_a dan tolak H_0 . Maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan Metode Eksperimen berpengaruh signifikan terhadap hasil belajarsiswa mata pelajaran IPA kelas V di MIS Suturuzzhulam Tembung.

2.2 Pemasaran

2.2.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu peranan yang sangat penting dalam suatu Perusahaan dikarenakan bagian pemasaran berhubungan secara langsung dengan konsumen baik di luar lingkungan perusahaan maupun di dalam lingkungan perusahaan. Pemasaran merupakan kegiatan yang perlu dilakukan untuk meningkatkan usaha dan kelangsungan hidup sebuah perusahaan. Selain itu, kegiatan pemasaran perusahaan juga harus mampu mengolah fungsi-fungsi dan keahlian mereka agar konsumen merasa puas dan memiliki pandangan positif pada perusahaan. Dengan demikian perusahaan memberi dampak yang positif salah satunya Perusahaan dapat berkembang dengan baik sehingga akan mendapatkan keuntungan yang lebih dari setiap kemajuannya.

2.3 Pendidikan

2.3.1 Pengertian Pendidikan

Pendidikan merupakan faktor penting yang menentukan tingkat kemajuan suatu bangsa. Pendidikan yang bermutu tentunya akan mencetak sumber daya manusia yang berkualitas unggul, sehingga kelak generasi penerus bangsa akan mampu bersaing di era globalisasi. Hasil dari proses pendidikan ini gagal maka sulit dibayangkan bagaimana suatu bangsa dapat mencapai kemajuan. Oleh karena itu, kebijakan pemerintah yang di titik beratkan pada penguatan sektor pendidikan. Perbaikan dan peningkatan selalu diupayakan di setiap jenjang pendidikan sekolah mulai dari SD/MI, SMP/MTs, dan SMA/MA).

2.4 Landasan Teori

Menurut Tjiptono (2007), kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Jika produk yang diproduksi dapat memenuhi harapan dari konsumen, serta memberikan jaminan kualitas bagi setiap penggunaannya maka hal ini akan membuat konsumen lebih yakin atas produk pilihannya, mereka akan membeli ulang dan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produk tersebut ditempat yang sama. Lupiyoadi (2001) mendefinisikan pelanggan adalah seorang individu yang secara *continue* dan berulang kali datang ketempat yang sama untuk memuaskan kenginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan memuaskan produk atau jasa tersebut. Sutisna (2001) loyalitas merek sebagai sikap menyenangkan suatu merek yang diwujudkan dalam pembelian yang konsisten terhadap merek itu sepanjang waktu. Giddens (2002) loyalitas merek merupakan sikap pelanggan yang setia dan konsisten terhadap satu merek itu sendiri loyalitas merek adalah pilihan yang dilakukan konsumen untuk membeli merek tertentu dibandingkan merek yang lain dalam satu kategori merek produk. Hal ini terjadi karena konsumen merasa bahwa merek menawarkan fitur produk yang tepat, tingkat kualitas diharga yang tepat. Tjiptono dan Chandra (2012) pemasaran adalah aktivitas serangkaian institusi dan proses menciptakan mengkomunikasikan, menyampaikan dan mempertukarkan tawaran (*offerings*) yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra dan masyarakat umum. Brown (2006) bauran pemasaran dalam jasa perlu ditambah 3P (*process, people, physical evidence*), sehingga menjadi 7P (*product, price, place, promotion, process, people, physical evidence*).

1. *Product* (Produk)

Merupakan penawaran berwujud dan tidak berwujud perusahaan kepada pasar, yang mencakup kualitas, rancangan bentuk, merek dan kemasan produk.

2. *Price* (Harga)

Harga adalah sejumlah uang yang konsumen bayar untuk produk tertentu.

3. *Place* (Tempat)

Kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produk agar dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen sasaran.

4. *Promotion* (Promosi)

Kegiatan yang dilakukan untuk mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk konsumen sasaran untuk membelinya.

5. *Process* (Proses)

Hal ini berkaitan dengan fakta bahwa jasa dilakukan dan dikonsumsi secara bersamaan. Esensi dari konsep proses untuk mengelola pengalaman konsumen pada titik pengiriman untuk mengontrol *moments of truth* demi keuntungan terbaik penyedia jasa.

6. *People* (Orang)

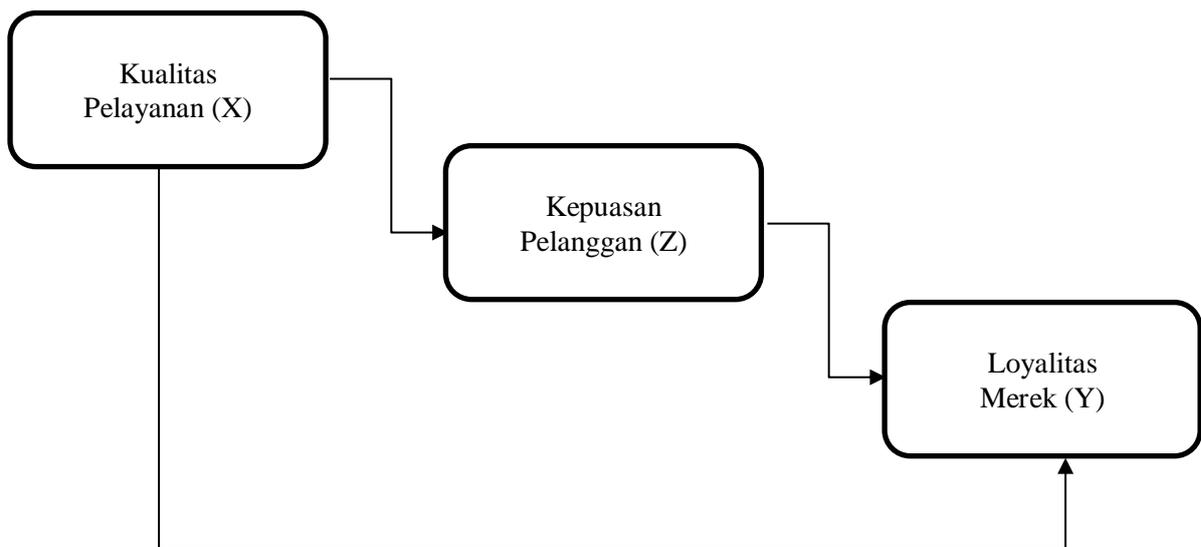
Ini adalah elemen penting dari bauran penyedia jasa karena jasa adalah “menambahkan orang pada produknya”, dimulai dengan pemilihan orang-orang dengan bakat yang tepat, keterampilan dan sikap dan hasil demi kebijakan untuk pemberdayaan mereka, pelatihan, motivasi dan kontrol.

7. *Physical Evidence* (Sarana Fisik)

Aspek ini menyatakan fakta bahwa kinerja jasa secara intrinsik tidak berwujud. Konsumen akan mengasosiasikan perlengkapan fisik jasa tersebut, apakah mereka sengaja dikelola atau tidak dengan layanan yang disediakan di tempat dan waktu tersebut. Oleh karena itu penting bahwa pemasaran jasa harus mengambil alih perwujudan ini dan mengatur mereka untuk berkomunikasi dengan konsumen, kesan yang diperlukan dan pencitraan.

2.5 Kerangka Pikir

Tabel 2. Kerangka Pikir



2.6 Hipotesis

Berdasarkan uraian dan permasalahan model penelitian di atas hipotesis yang diajukan penulis yaitu:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan bengkel Yamaha 2 Mei Bandar Lampung.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas merek pada pelanggan bengkel Yamaha 2 Mei Bandar Lampung.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas merek pada pelanggan bengkel Yamaha 2 Mei Bandar Lampung.
4. Diduga variabel Kepuasan Pelanggan berperan sebagai pemediasi variabel Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Merek pada pelanggan servis bengkel Yamaha 2 Mei Bandar Lampung.

REFERENSI

Jepi Herani, 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Merek Melalui Kepuasan Pelanggan.

Rifqi Rosyaifuddin, 2023. Pengaruh Penggunaan Knalpot Balap Kendaraan Roda Dua Oleh Kalangan Remaja Terhadap Masyarakat di Kelurahan Beringin Jaya.

Nur Hasanah, 2018. Pengaruh Metode Eksperimen Terhadap Hasil Belajar Siswa Mata Pelajaran Ipa Kelas V Mis Suturuzzhulam Tembung.