

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis, Sifat dan Lokasi Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu turun langsung ke lapangan untuk menggali permasalahan yang akan diteliti.<sup>1</sup> Peneliti langsung turun ke tempat penelitian menyebarkan angket kepada responden dan wawancara dengan informan serta observasi langsung.

Sifat penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif yang diorientasikan untuk mengungkapkan kesenjangan antara penilaian dengan harapan nasabah terhadap kualitas jasa pelayanan pada Bank Syariah Mandiri.

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada berdasarkan data-data, menganalisis dan menginterpretasi.<sup>2</sup>

Kuantitatif adalah metode penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data numerik (angka) yang diolah dengan metode statistika.<sup>3</sup>

Dalam penelitian ini, hasil kuesioner dideskripsikan dan dianalisis sehingga mendapatkan data yang diinginkan.

---

<sup>1</sup>Nur Indriantoro dan Bambang Suomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen* (Jakarta: BPF, 2002), hlm.92.

<sup>2</sup>Cholid Narbuko dan H.Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), hlm. 44.

<sup>3</sup>Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), hlm. 5.

Penelitian ini mengambil lokasi di bank PT. BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin yang berlokasi di jalan Ahmad Yani Km 4,5 No. 386 Banjarmasin.

## **B. Subjek dan Objek Penelitian**

### 1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sumber utama data penelitian yaitu memiliki data mengenai variabel-variabel yang diteliti<sup>4</sup>. Subjek penelitian ini adalah nasabah bank PT. BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin yang berjumlah 100 orang.

### 2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini yaitu penilaian dan harapan nasabah terhadap kualitas jasa pelayanan yang diberikan oleh pegawai bank PT. BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin.

## **C. Populasi dan Sampel Penelitian**

### 1. Populasi penelitian

Populasi adalah keseluruhan objek yang menjadi pusat perhatian penelitian dan tempat untuk menggeneralisasi temuan penelitian.<sup>5</sup> Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah bank PT. BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin yang datang ke kantor untuk mendapatkan pelayanan dari petugas.

---

<sup>4</sup> Saifudin Anwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 1997) hlm. 35

<sup>5</sup>B. Sandjaja dan Albertus Heriyanto, *Panduan Penelitian* (Jakarta: Prestasi Pustakaraya, 2006), hlm. 180.

## 2. Sampel Penelitian

*A sample is a subset of a population or public.*<sup>6</sup> Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel biasanya berdasarkan alasan penghematan biaya, waktu, dan lain-lain. Walaupun pengambilan sampel hanyalah beberapa data (dibandingkan populasinya) namun hal itu tidak berarti pengambilan sampel kurang bermanfaat, karena sampel yang kita pilih telah mencerminkan populasinya.<sup>7</sup>

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah BNI Syariah Cabang Banjarmasin. Berdasarkan data yang diperoleh dari BNI Syariah Cabang Banjarmasin hingga 30 Juni 2018 untuk jumlah nasabah sebanyak 50.000 orang.

Untuk menentukan jumlah sampel, menggunakan metode perhitungan dengan rumus slovin. Rumus *Slovin* adalah sebuah rumus atau formula untuk menghitung jumlah sampel minimal apabila perilaku dari sebuah populasi tidak diketahui secara pasti. Rumus ini pertama kali diperkenalkan oleh *Slovin* pada tahun 1960.

---

<sup>6</sup>Dani Attimore, *et. al.*, *Public Relations the Profession and the Practise* (New York: The McGraw-Hill Companies, 2004), hlm. 102.

<sup>7</sup>Said Kelana Asnawi dan Chandra Wijaya, *Metode Penelitian Keuangan Prosedur, Ide dan Kontrol* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), h. 16-17.

Rumus *Slovin*:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel minimal

N = Populasi

e = Error margin (10%)

Perhitungan jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

sehingga :

$$n = 50.000 / (1 + (50.000 \times 0,1^2))$$

$$n = 99,8 \text{ atau } 100$$

Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah Bank PT. BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin yang datang ke kantor untuk mendapatkan pelayanan dari petugas sebanyak 100 orang.

#### D. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *nonprobability sampling* (pengambilan sampel tidak berdasarkan peluang), dengan cara ini semua elemen populasi belum tentu memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel, setiap unsur dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Dalam teknik *nonprobability sampling* ada lima pilihan metode yang digunakan yaitu : *convenience sampling*, *purposive sampling*, *judgement sampling*, *quote sampling*, *snowball sampling*.<sup>8</sup> Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini penulis memakai metode *convenience sampling*.

Metode *Convenience Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, anggota populasi yang ditemui oleh peneliti dan bersedia menjadi responden untuk dijadikan sampel.<sup>9</sup> Adapun di dalam penelitian ini jumlah sampel ditentukan sebanyak 100 orang dari nasabah yang ditemui oleh penulis saat mendapatkan pelayanan dan bersedia menjadi responden untuk dijadikan sampel dalam penelitian ini.

---

<sup>8</sup> *Ibid.*, hlm. 75

<sup>9</sup> Ir. Syofian Siregar, *Statistic Deskriptif untuk Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pres 2012)

## **E. Data dan Sumber Data**

Data yang dijadikan bahan analisis diperoleh dari dua jenis data, yaitu data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung yang diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian.<sup>10</sup> Data primer dalam penelitian ini adalah dari kuesioner-kuesioner yang telah diisi oleh para responden. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua dari data yang dibutuhkan.<sup>11</sup> Adapun data yang diperlukan dalam penelitian ini meliputi:

1. Data yang tersedia berupa sejarah berdiri, visi dan misi, struktur organisasi, jumlah nasabah bank PT. BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin.
2. Identitas responden meliputi: nama, jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan dan alamat.
3. Persepsi responden terhadap variabel penelitian yang didapatkan melalui instrument pengumpulan data.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Responden: Nasabah bank PT. BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin.

---

<sup>10</sup>Suliyanto, *Metode Riset Bisnis* (Yogyakarta: Andi Offsit, 2008), hlm. 131.

<sup>11</sup>*Ibid.*, hlm. 131.

2. Informan: orang yang membantu dalam memberikan informasi dengan data yang digali, meliputi Pimpinan/Manajemen dan semua pihak yang dapat memberikan informasi tentang penelitian ini.
3. Dokumen: berupa catatan-catatan atau arsip yang terdapat di Bank PT. BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin yang berhubungan dengan data yang digali terutama data nasabah.

#### **F. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan metode sebagai berikut:

1. Menyebar kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan dengan menyerahkan atau mengirimkan daftar pertanyaan yang diisi sendiri oleh responden.<sup>12</sup> Kuesioner dalam penelitian ini disebar kepada nasabah bank PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin, penulis menyebar atau membagi angket untuk diisi dan dikembalikan lagi kepada si penulis.
2. Dokumenter, penulisan penelitian ini tentu memerlukan dokumen-dokumen sebagai bahan untuk melakukan penelitian. Dokumen ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, ataupun dari pihak lain yang bergubungan dengan penelitian.

---

<sup>12</sup>Muhaimin, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2010), hlm. 91.

## G. Variabel, Indikator Penelitian dan Instrumen Penelitian

**TABEL 3.1**  
**KISI-KISI INSTRUMEN PENELITIAN**

Variabel	Indikator	Deskriptor
Kualitas Pelayanan	<i>a. Reliability</i>	1. Kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan sesuai janji
		2. Karyawan dapat diaandalkan menangani masalah/ kebutuhan nasabah
		3. Karyawan memberikan pelayanan secara benar sejak pertama kali menanggapi keperluan nasabah
		3. Memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan
	<i>b. Responsive</i>	5. Menyimpan catatan/dokumen nasabah tanpa kesalahan
		6. Menginformasikan nasabah tentang kepastian waktu pelayanan
		7. Tindakan pelayanan yang cepat
		8. Kesiapan karyawan dalam membantu nasabah
	<i>c. Assurance</i>	9. Kesanggupan mengubah pelayanan sesuai kebutuhan
		10. Kepercayaan terhadap bank
		11. Keamanan bertransaksi
		12. Karyawan yang konsisten bersikap sopan dan ramah
	<i>d. Empathy</i>	13. Kemampuan karyawan berkomunikasi
		14. Karyawan memberikan perhatian secara individual kepada nasabah
		15. Pelayanan kepada nasabah dengan penuh perhatian tanpa memandang status sosial
		16. Mengutamakan kepentingan nasabah
	<i>e. Tangibel</i>	17. Karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan
		18. Ketepatan waktu pelayanan
		19. Memberikan pelayanan menggunakan peralatan yang modern

Variabel	Indikator	Deskriptor
		20. Memiliki fasilitas yang berdaya tarik visual
		21. Karyawan berpenampilan rapi
		22. Materi-materi berkaitan dengan pelayanan berdaya tarik visual

## H. Desain Pengukuran

Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert's. *The Likert scale asks respondents to indicate the extent to which they either agree or disagree with a series of mental belief or behavioral belief statement about a given object.*<sup>13</sup>Skala ini digunakan untuk mengukur tanggapan atau respons seseorang tentang objek sosial. Langkah-langkah dalam menyusun skala Likert's adalah:

1. Menetapkan variabel yang akan diteliti.
2. Menentukan indikator-indikator dari variabel yang diteliti.
3. Menurunkan indikator tersebut menjadi daftar pertanyaan (*kuesioner*).

Jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala Likert's mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Apabila item bernilai positif maka angka terbesar diletakkan pada "sangat setuju", sedangkan jika item bernilai negatif maka angka terbesar diletakkan pada "sangat tidak setuju". Setiap item diberi pilihan

---

<sup>13</sup>Hair, *et.al.*, *Marketing Research Within a Changing nformation Environment*(New York: McGraw-Hill/Irwin, 2003), hlm. 422.

respons yang tertutup.<sup>14</sup> Untuk pengukuran atribut digunakan Skala Likert. Dalam skala ini dibagi atas lima kategori jawaban yang menunjukkan derajat kepentingan (untuk data harapan), dan derajat kepuasan (untuk data kinerja/persepsi), yang terdiri dari:

a. Nilai Harapan

Jawaban sangat penting diberi nilai: 5

Jawaban penting diberi nilai: 4

Jawaban biasa diberi nilai: 3

Jawaban tidak penting diberi nilai: 2

Jawaban sangat tidak penting diberi nilai: 1

b. Nilai Kinerja / Persepsi

Jawaban sangat puas diberi nilai: 5

Jawaban puas diberi nilai: 4

Jawaban biasa diberi nilai: 3

Jawaban tidak puas diberi nilai: 2

Jawaban sangat tidak puas diberi nilai: 1

---

<sup>14</sup>Suliyanto, *Metode Riset Bisnis* (Yogyakarta: Andi Offsit, 2008), hlm. 82-83.

## **I. Teknik Pengolahan Data**

Setelah semua data terkumpul, langkah-langkah persiapan yang harus dilakukan sebelum analisis data adalah sebagai berikut:<sup>15</sup>

1. Editing merupakan proses yang bertujuan meningkatkan ketepatan data dari kuesioner yang diperoleh.
2. Coding yaitu proses pemberian kode (pada umumnya angka) untuk setiap kemungkinan jawaban pada setiap daftar pertanyaan.
3. Tabulasi merupakan proses menyusun tabel yang memuat seluruh informasi yang diperlukan sebagai bahan analisis dalam riset.

## **J. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data adalah mendeskripsikan teknik analisis apa yang akan digunakan oleh peneliti untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan, termasuk pengujiannya.

### **1. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas sebaiknya

---

<sup>15</sup>Suliyanto, *Metode Riset Bisnis* (Yogyakarta: Andi Offsit, 2008), hlm. 162.

dilakukan pada setiap butir pertanyaan diuji validitasnya. Hasil r hitung bandingkan dengan rtabel di mana  $df=n-2$  dengan sig 5%. Jika  $r_{tabel} < r_{hitung}$  maka valid.<sup>16</sup>

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha  $> 0,60$  maka reliabel.<sup>17</sup>

## 3. Metode *Importance Performance Analysis*

Uji data menggunakan analisis kuadran atau *Importance Performance Analysis* (IPA) guna untuk menguji apakah terdapat kesenjangan (gap) antara Harapan dengan penilaian dalam variabel yang dianalisis. Uji dilakukan dengan membedakan nilai mean antara harapan dengan persepsi dan perbedaan tersebut berlangsung dalam kelompok sampel yang sama (pelanggan sama, mengisi kuesioner sama).

Apabila persepsi nasabah sesuai dengan atau melebihi standar yang diharapkan artinya tidak ada kesenjangan. Sebaliknya, apabila persepsi

---

<sup>16</sup>V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), hlm.192.

<sup>17</sup>V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), hlm.192.

nasabah lebih kecil daripada standar yang diharapkan artinya ada kesenjangan.

Rumus untuk menguji kesenjangan antara persepsi dan harapan nasabah:

$$Gap = X - Y$$

dimana

$$X = \frac{\sum X_i}{n}$$

$$Y = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Keterangan:

$X_i$  : Skor tingkat kinerja

$Y_i$  : Skor tingkat harapan

$n$  : Jumlah responden

Perbandingan *performance* dan *importance* dirangkum dalam diagram *Cartesius* yang dibagi atas empat kuadran. Sumbu mendatar adalah tingkat *performance*, sedangkan sumbu vertikal adalah tingkat *importance*. Kuadran pertama bercirikan *performance* rendah tetapi *importance* tinggi. Kuadran kedua, *performance* tinggi diikuti oleh *importance* yang tinggi pula. Kuadran ketiga, *performance* rendah dan *importance* juga rendah. Kuadran keempat *performance* tinggi tetapi *importance* rendah. Diagram *Cartesius* digunakan untuk melihat faktor-faktor yang penting atau yang menjadi prioritas utama untuk peningkatan pelayanan.

tinggi	<i>Concentrate Here</i>	<i>Keep Up The Good Work</i>
	<i>Low Priority</i>	<i>Possible Overkill</i>
rendah		
	rendah	tinggi

*Performance*

Gambar 3.1 Diagram *Importance / Performance*

Sumber: John A. Martilla and John C. James, *Importance Performance Analysis, Journal of Marketing*, 1977, hlm. 78.

Kuadran I: *Concentrate Here*<sup>18</sup>. Wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi pada kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai seperti yang ia harapkan (tingkat kepuasan yang diperoleh masih sangat rendah). Variabel yang masuk dalam kuadran ini harus ditingkatkan.

Kuadran II: *Keep Up The Good Work*. Wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dan faktor-faktor yang dianggap sudah sesuai dengan yang dirasakannya. Variabel yang masuk dalam kuadran ini harus tetap dipertahankan karena semua variabel ini menjadikan jasa menjadi unggul.

---

<sup>18</sup>John A. Martilla and John C. James, *Importance Performance Analysis (Journal of Marketing, January, 1977)*, hlm. 78.

Kuadran III: *Low Priority*. Wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan variabel yang masuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan karena pengaruhnya terhadap pelanggan sangat kecil.

Kuadran IV: *Possible Overkill*. Wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan. Variabel dalam kuadran ini dapat dikurangi agar dapat menghemat biaya perusahaan.

#### 4. Metode *Potential Gain in Customer Value* (PGCV)

Indeks PGCV untuk setiap atribut kualitas tergantung pada dua faktor yaitu *Achieved Customer Value* (ACV) dan *Ultimately Desired Customer* (UDCV). Dua faktor tersebut kemudian dirumuskan sebagai berikut:

$$ACV = I \times P$$

dimana : I = Skor rata-rata tingkat harapan

$$P = \text{Skor rata-rata tingkat kenyataan}$$

$$UDCV = I \times P_{max}$$

dimana : I = Skor rata-rata tingkat harapan

$$P = \text{Skor tertinggi tingkat kenyataan dari skala likert}$$

sehingga nilai indeks PGCV didapatkan dari pengurangan nilai UDCV dengan ACV, yang dirumuskan sebagai berikut:

$$PGCV = DCV - ACV$$

## **K. Prosedur Penelitian**

Dalam tahapan ini, penulis menggunakan beberapa tahapan yaitu sebagai berikut:

### **1. Tahapan Pendahuluan.**

Pada tahapan ini penulis mengamati secara garis besar terhadap permasalahan yang akan diteliti untuk mendapatkan gambaran secara umum, kemudian mengkonsultasikan dengan dosen penasehat dalam rangka penyusunan proposal dan agar disetujui, setelah proposal disusun, kemudian diajukan ke pihak jurusan Perbankan Syariah, setelah disetujui baru diajukan ke Biro Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

### **2. Tahapan Pengumpulan Data.**

Pada tahapan ini peneliti mengumpulkan data-data yang diperlukan dengan menggunakan teknik pengumpulan data sebagaimana yang telah ditetapkan.

### **3. Tahapan Pengolahan Data dan Analisis Data.**

Pada tahapan ini peneliti mengolah dan menganalisis data yang telah terkumpul lengkap dengan teknik pengolahan dan analisis data yang telah ditentukan, kemudian dikonsultasikan kepada dosen pembimbing dan asisten pembimbing dalam rangka perbaikan dan kesempurnaannya dapat diketahui.

#### 4. Tahapan Penyusunan Laporan.

Pada tahapan ini peneliti menyusun hasil penelitian yang sudah diperoleh sesuai dengan sistematika penulisan, kemudian dikonsultasikan kembali kepada dosen pembimbing, apabila sudah disetujui, maka setelah itu siap untuk dimunaqasyahkan dihadapan Tim Penguji Skripsi.