

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*), dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

2. Pendekatan Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Metode analisis deskriptif adalah metode penelitian dengan cara mengumpulkan data sesuai dengan data yang sebenarnya kemudian disusun, diproses, dan dianalisis untuk memberikan gambaran umum tentang masalah yang dihadapi. Penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang identik dengan angka dan analisis menggunakan statistik. Metode ini dikenal dengan metode ilmiah karena memenuhi prinsip ilmiah, yaitu konkret/empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini juga disebut metode penemuan karena metode ini dapat

ditemukan dan mengembangkan berbagai ilmu pengetahuan dan teknologi baru(Sugiyono, 2016).

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat kegiatan dilakukannya penelitian oleh peneliti dengan tujuan untuk memperoleh jawaban atas setiap permasalahan yang ada dalam penelitian. Adapun lokasi yang dijadikan sebagai tempat penelitian oleh peneliti sebagai wadah dalam menggali informasi terkait layanan pembiayaan produk *Rahn* ini beralamatkan di Jl. A. Yani. KM. 34,5 Loktabat Utara Kecamatan Banjarbaru Utara Kalimantan Selatan Telp (0511) 7166061.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah nasabah PT. Pegadaian Syariah UPS Murjani Banjarbaru.

2. Objek Penelitian

Kemudian objek dalam penelitian ini adalah bagaimana tingkat kepuasan nasabah PT. Pegadaian Syariah UPS Murjani dalam menggunakan produk pembiayaan *Rahn*.

D. Data dan Sumber Data

Berdasarkan metode penelitian diatas, maka jenis dan sumber data penelitian ini yaitu data primer dan sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrument-instrumen yang telah ditetapkan. Data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Pengumpulan data primer merupakan bagian integral dari proses penelitian data primer dapat berupa opini subjek, hasil observasi terhadap suatu perilaku atau kejadian, dan hasil pengujian (Sugiyono, 2016). Data primer dianggap lebih akurat, karena data ini disajikan secara terperinci. Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah berupa data hasil kuesioner nasabah PT. Pegadaian Syariah UPS Murjani.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur, artikel, jurnal serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan (Sugiyono, 2016).. Adapun yang menjadi data sekunder dalam penelitian ini berupa buku, jurnal penelitian evaluasi tingkat kepuasan Nasabah dengan menggunakan metode *Importance and Performance Analysis (IPA)* serta skripsi yang relevandengan penelitian penulis.

E. Populasi dan Sampel

Populasi adalah bidang universal yang terdiri dari objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu dan ditetapkan oleh peneliti untuk dikaji dan disimpulkan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah di PT. Pegadaian Syariah. Namun jumlah pasti dari keseluruhan nasabah tidak diketahui.

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi dimana pengambilan dilakukan harus representatif (Sugiyono, 2001). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti, sehingga dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang ditemui cocok sebagai sumber data (Akdon & Ridwan, 2007). Karena peneliti tidak dapat menjadikan semua konsumen sebagai responden. Hal ini karena keterbatasan biaya, waktu, pikiran, tenaga dan fasilitas. Oleh karena itu, penelitian dapat menentukan jumlah sampel menggunakan statistik sebagai alat bantu yang ekonomik. Untuk menentukan besar jumlah populasi yang tidak diketahui digunakan rumus (Sudjana, 1992) :

$$n = \frac{Z\alpha}{E} \frac{p(1-p)}{2}$$

$$n = \frac{\frac{Z\alpha}{2} p(1-p)}{E^2} = \frac{(1,64)^2 \times (0,25)}{(0,1)^2} = 67,84 \approx 68$$

Besarnya $(1 - p)$ diganti dengan angka maksimumnya, yaitu 0,25 karena p tidak diketahui. Besarnya *standard error* yang digunakan adalah 10% dan tingkat kepercayaan 90% ($Z\alpha/2 = 1,64$).

Keterangan :

n = besarnya sampel yang diperlukan

p = proporsi yang diduga

$Z\alpha/2$ = nilai z (tabel normal) yang berhubungan dengan tingkat kepercayaan

E = kesalahan maksimum yang dapat diterima

Jadi jumlah sampel minimal berdasarkan perhitungan di atas 68 orang, dan data responden yang telah didapatkan dalam penelitian ini berjumlah $85 > 65$, maka dapat dikatakan bahwa jumlah data telah mencukupi.

F. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menyebarkan kuesioner/ angket, observasi lapangan untuk mendapatkan informasi secara langsung dan dokumentasi untuk mendapatkan bukti penelitian yang dilakukan. Lalu kuesioner juga akan dilengkapi dengan menggunakan skala Likert 5 point berbentuk Checklist. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu

dengan skor 1 sampai 5 sebagai berikut :

1. Kuesioner

Penyebaran kuesioner dilakukan secara tertutup dimana responden hanya memilih jawaban yang sudah ditentukan, tidak bisa memilih jawaban lainnya. Peneliti akan menyebarkan kuesioner kepada konsumen yang telah menggunakan layanan jasa pembiayaan *rahn* untuk mengetahui kinerja serta kepuasan konsumen pada saat menggunakan jasa di PT. Pegadaian Syariah UPS Murjani, data yang didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner ini akan digunakan pada perspektif pertumbuhan dan pembelajaran.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2015: 329). Pada penelitian ini dokumen terbagi menjadi dua, yaitu dokumen berbentuk gambar dan dokumen berbentuk tulisan. Dokumen gambar diperoleh pada saat melakukan wawancara dan observasi, sedangkan dokumen tertulis pada saat melakukan wawancara dan observasi berupa data profil. Saat wawancara dengan informan peneliti mendokumentasikannya sebagai bukti wawancara.

G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas ini biasanya digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Metode yang digunakan dalam uji validitas ini adalah product moment pearson, dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi

X = skor pertanyaan

Y = skor total sampel

n = Jumlah sampel

Jika r hitung > r table, maka pernyataan dikatakan valid, sebaliknya Jika r hitung < r table, maka pernyataan dikatakan tidak valid.

2. Uji Reabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu instrumen ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Singarimbun, 1989). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini reabilitas dapat diketahui dengan menghitung koefisien Alpha Cronbach, Rumus untuk

menghitung Alpha Cronbach sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \times \left\{ 1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right\}$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas Instrumen

K = Banyaknya Butir Item

$\sum s^2$ = Jumlah Varian

s_t^2 = Varian Total

Jika koefisien $\alpha < 0,6$, maka butir pertanyaan dinyatakan tidak reliabel.

Jika koefisien $\alpha > 0,6$, maka butir pertanyaan dinyatakan reliabel.

Tabel 3. 1 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha

Nilai Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 s/d 0,20	Tidak Reliabel
0,20 s/d 0,40	Kurang Reliabel
0,40 s/d 0,60	Cukup Reliabel
0,60 s/d 0,80	Reliabel
0,80 s/d 1,00	Sangat Reliabel

3. Service Quality (Servqual)

Untuk menganalisis kualitas jasa dapat dilakukan dengan mengkuantifikasi

dimensi kualitas dengan menggunakan skala Likert pada kuesioner yang disebarkan kepada responden. (Zeithaml, 1988) mengukur kualitas jasa dengan mengetahui perbedaan/*gap* antara harapan dengan persepsi pelanggan. Hal ini sesuai dengan definisi kualitas pelayanan, yaitu derajat perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi pelanggan terhadap kinerja jasa yang diterimanya.

Model *Service Quality* didasarkan pada asumsi bahwa konsumen membandingkan kinerja jasa pada atribut-atribut relevan dengan standart ideal/sempurna untuk masing- masing atribut jasa. Penilaian kualitas jasa menggunakan model Servqual mencakup perhitungan perbedaan diantara nilai yang diberikan pada pelanggan untuk setiap pasang pertanyaan berkaitan dengan harapan dan persepsi.

4. Model Service Quality (*SERVQUAL*)

Ada sepuluh kriteria umum atau standar yang menentukan kualitas suatu jasa yaitu: keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), kemampuan (*competence*), mudah diperoleh (*access*), keramahan (*courtesy*), komunikasi (*communication*), (*credibility*) dapat dipercaya, (*security*) keamanan, memahami pelanggan (*understanding*), dan bukti nyata yang kasat mata (*tangibles*). Kesepuluh dimensi tersebut dapat disederhanakan menjadi 5 dimensi berikut (Lovelock dan Wright, 2005).

a. *Tangibles* (bukti fisik)

Yaitu bukti fisik dan menjadi bukti awal yang bisa ditunjukkan oleh perusahaan penyedia layanan seperti interior gedung, fasilitas fisik pendukung, perlengkapan

dan penampilan karyawan.

b. *Reliability* (kehandalan)

Yaitu kemampuan penyedia layanan memberikan layanan secara akurat dan terpercaya kepada pelanggan. Harus sesuai dengan harapan pelanggan berarti kinerja yang tepat waktu, pelayanan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan dengan akurasi tinggi. Dapat diartikan sebagai kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat, tepat waktu, dan dapat dipercaya.

c. *Responsiveness* (daya tanggap)

Yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan secara cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Mengabaikan konsumen tanpa alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

d. *Assurance* (jaminan)

Yaitu kemampuan memiliki pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan para karyawan penyedia layanan untuk menumbuhkan rasa percaya kepada pelanggan kepada penyedia layanan. Terdiri dari komponen : komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).

e. *Empathy* (empati)

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan upaya memahami keinginan konsumen

dimana suatu peneaydia layanan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik.

Diolah dengan menggunakan metode *Service Quality* dan dengan menggunakan *software* SPSS untuk dapat mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan yang telah diberikan pada objek penelitian dan untuk mengetahui ada atau tidak adanya *gap* (kesenjangan) yang terjadi di PT. Pegadaian Syariah UPS Murjani.

5. Importance Performance Analysis (IPA)

Setelah pengolahan data menggunakan metode *servqual* kemudian dilanjutkan dengan menggunakan *Importance Performance Analysis* yang merupakan suatu teknik penerapan yang mudah untuk mengukur tiap atribut dari tingkat kepentingan dan kinerja yang berguna untuk pengembangan program pemasaran yang efektif. Caranya konsumen diminta untuk menjawab tingkat kinerja dari berbagai atribut atau dimensi yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

6. Diagram Kartesius

Selanjutnya tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian dalam diagram kartesius.

7. Analisa dan Pembahasan

Langkah analisis data yang dilakukan yaitu untuk mendapatkan gambaran dengan menggunakan diagram kartesius dimana melihat tingkat kesesuaian antara

harapan dan persepsi pelanggan. Apabila terdapat atribut yang berada pada kuadran A, maka perusahaan harus segera mungkin untuk melakukan perbaikan. Hal ini bertujuan untuk memenuhi keinginan pelanggan, sehingga dapat meningkatkan kepuasan nasabah.