

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam hal ini adalah pendekatan kualitatif. Definisi penelitian kualitatif adalah penelitian yang tujuan utamanya adalah untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang topik-topik tertentu. Teknik yang biasa digunakan dalam penelitian kualitatif adalah metode survei angket, wawancara dan observasi. Tujuan utama penelitian kualitatif adalah untuk memahami (memahami) fenomena atau fenomena sosial dengan lebih memperhatikan gambaran yang lebih lengkap tentang fenomena yang diteliti daripada menggambarkannya sebagai variabel yang saling terkait secara rinci. Harapannya adalah memiliki pemahaman yang mendalam tentang fenomena untuk menghasilkan teori. Karena tujuan dan sasaran berbeda dengan penelitian kuantitatif, maka prosedur pengumpulan data dan jenis penelitian kualitatif juga berbeda

#### **3.2 Lokasi Penelitian**

Jl. Pengampon No 85-87, Bongkaran, Pabean Cantikan, Kota Surabaya, Jawa Timur 60161

#### **3.3 Populasi dan Sample**

##### **3.3.1 Populasi**

Populasi dapat diukur dengan suatu benda dan benda alamiah yang lainnya. Populasi juga mencakup semua ciri atau kualitas yang dimiliki seseorang subjek atau objek.

Menurut Sugiyono (2015:80) Populasi adalah “wilayah umum yang terdiri dari objek/tema, ditentukan oleh peneliti untuk memiliki kualitas dan karakteristik tertentu dan kemudian menarik kesimpulan”

Pada saat penulisan skripsi ini, penulis menentukan populasi adalah nasabah di Bank BNI Undaan Surabaya yang akan di analisis tingkat kepuasan mereka.

##### **3.3.2 Sampel**

Menurut Sugiyono (2015:81) sampel merupakan “ Jumlah populasi dan banyaknya ciri-ciri Jika populasi besar dan tidak mungkin mempelajari semua yang ada dalam populasi, maka sampel yang diambil dari populasi harus benar - benar representative (menggantikan)”

Jadi peneliti menggunakan sampel sebanyak 50 nasabah yang melakukan transaksi di Bank BNI Undaan Surabaya.

### 3.4 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

#### 3.4.1 Jenis Data

Jenis data penelitian ini adalah kualitatif, Sugiyono (2017:9) Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada filosofi post-postisme, digunakan untuk memeriksa kondisi objek alami (sebagai lawan dari eksperimen), di mana peneliti adalah alat utama teknologi, dan pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi.

#### 3.4.2 Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini dapat diklarifikasikan menjadi dua, yakni data primer dan sekunder.

##### a. Data primer

Data primer adalah data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya dan diolah sendiri oleh Lembaga bersangkutan untuk dimanfaatkan (Ruslan, 2013:138). Dengan kata lain, data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek berupa wawancara langsung dan observasi langsung, data tersebut berkaitan dengan judul dan ungkapan pertanyaan dalam penelitian ini.

##### b. Data sekunder

Data sekunder adalah data bekas mengacu pada data penelitian (yang dihasilkan oleh pihak lain) yang diperoleh secara tidak langsung melalui perantara, atau data penelitian yang telah digunakan oleh pihak lain selain pengolah tetapi dapat digunakan untuk penelitian tertentu. (Ruslan, 2013: 138). Data digunakan untuk mendukung penelitian. Data-data tersebut diperoleh dari penelitian sastra berupa literatur, jurnal, artikel, buku, internet, dan publikasi terkait masalah yang akan diteliti.

#### 3.4.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam hal ini pengumpulan data dilakukan dengan beberapa cara, antara lain :

##### 1. Kuesioner

Kuesioner adalah sebuah penelitian yang dilakukan dengan menyebarkan selebaran yang berupa pertanyaan kepada responden untuk mendapatkan jawaban dari mereka. Untuk saat ini kuesioner bisa dilakukan secara online dengan cara mengisi *google form*. Cara ini lebih mudah dan cepat karena tidak perlu bertemu dengan responden.

##### 2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dapat dilakukan dengan mengolah sumbernya secara langsung, namun Anda juga dapat memberikan daftar pertanyaan untuk dijawab pada kesempatan lain terlebih dahulu. Menurut (Sugiyono, 2017: 231), wawancara adalah

pertemuan atau hubungan dua orang untuk saling bertukar informasi dan gagasan melalui metode tanya jawab sehingga dapat dikonstruksi makna dalam suatu topik.

### 3. Observasi

Observasi adalah observasi langsung di tempat untuk memperoleh informasi untuk menarik kesimpulan. Menurut (Supriyati, 2011: 46) observasi adalah suatu metode pengumpulan data penelitian naturalistik pada suatu lingkungan alam.

#### 3.4.4 Jenis Skala Pengukuran

Skala pengukuran dalam metode ini menggunakan metode *skala likert*, menurut (Sugiyono, 2013:132) skala likert dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social. Dalam pengukuran yang dilakukan adalah menggunakan skala Likert. Menurut Kriyantono (Kriyantono, 2006:134) Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan masukan seseorang atau sekelompok orang terhadap peristiwa atau fenomena sosial. (Sugiyono, 2010:1993). Metode pengukurannya adalah dengan membiarkan orang yang diwawancarai menghadapi suatu pernyataan, kemudian meminta mereka untuk memberikan jawaban dari lima pilihan jawaban, dimana nilai jawaban memiliki nilai jawaban yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. (Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains & Teknologi (SNAST) 2014 Yogyakarta, 15 November 2014 ISSN: 1979-911X Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains & Teknologi (SNAST) 2014 Yogyakarta, 2014)

Setiap jawaban dari responden langsung bisa diketahui tingkat kepuasannya menggunakan alternatif jawaban atau skor angka antara 1 – 5.

Deskripsi	Skala
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Kurang Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Table 3.1 Skala Likert

## 3.5 Definisi Operasional

### 3.5.1 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah pernyataan yang menerangkan tentang definisi, cara ukur, alat ukur, hasil ukur, dan skala ukur dari variable – variable yang akan di teliti. Pengertian operasional menurut (Singarimbun, 1997) adalah sebagai unsur penelitian, ia menunjukkan bagaimana mengukur variabel

untuk memudahkan pelaksanaan penelitian di bidang ini. Oleh karena itu, setiap konsep yang digunakan untuk menggambarkan perilaku atau gejala yang dapat diamati perlu dioperasionalkan, dengan kata-kata yang dapat diuji dan kebenarannya diketahui dengan baik.

### 3.5.2 Variabel Penelitian

Sugiyono (2009:38) menjelaskan bahwa variable adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut. Variable pada penelitian ini ditentukan oleh dimensi kepuasan nasabah yaitu, *Tangible* (Bukti fisik), *Reliability* (Kehandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan) dan Empati. Secara garis besar akan didefinisikan sebagai berikut :

- a. *Tangible* (Bukti fisik) Adalah kemampuan perusahaan untuk menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Ini termasuk fasilitas fisik, peralatan, karyawan, dan metode komunikasi. Pelanggan dapat langsung melihat bukti fisik tersebut. Bukti fisik meliputi penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan materi komunikasi perusahaan. Oleh karena itu, bukti fisik harus menarik dan modern.
- b. *Reliability* (Kehandalan) Adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan pelayanan secara akurat dan terpercaya seperti yang dijanjikan. Dalam hal ini, layanan yang dijanjikan dapat diberikan dengan segera dan memuaskan. Untuk mendukung hal tersebut, setiap karyawan harus mendapatkan pelatihan dan pendidikan untuk meningkatkan kemampuannya. Mampu memenuhi layanan yang dijanjikan secara tepat waktu, akurat dan memuaskan.
- c. *Responsiveness* ( Daya tanggap) adalah keinginan karyawan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap. Untuk itu, manajemen bank perlu memberikan motivasi yang besar agar seluruh pegawai bank dapat mendukung dan memberikan pelayanan kepada nasabah tanpa pandang bulu. Jika insentif yang diberikan kepada karyawan dapat dihargai berdasarkan kemampuan mereka, itu lebih baik.
- d. *Assurance* (Jaminan) Adalah Memastikan bahwa konsumen akan mendapatkan pelayanan yang baik dari karyawan yang memiliki kemampuan yang memadai dan dapat memberikan rasa aman dan nyaman. Penting untuk memastikan bahwa karyawan memiliki pengetahuan, kemampuan, kemampuan, dan sifat atau perilaku yang dapat dipercaya, sehingga pelanggan dapat yakin bahwa transaksi yang mereka lakukan benar dan tepat sasaran. dan keterpercayaannya Sifat produk, sehingga nasabah atau nasabah terlindungi dari risiko.
- e. *Empathy* (Empati) adalah kepedulian dan perhatian pribadi atau individu yang diberikan kepada pelanggan oleh perusahaan, yang membuat hubungan menjadi mudah, komunikasi yang baik dan respon yang cepat untuk memahami kebutuhan pelanggan. (Tjiptono, 2005)

### 3.5.3 Desain Instrumen Penelitian

Untuk memberikan gambaran secara terperinci tentang kuesioner penelitian, berikut ini adalah sajian data desain instrument penelitian.

Variable	Indicator	Item	Skala Pengukuran
Kualitas Pelayanan (X)	1. Tangibility	1. Penampilan Fisik	Skala <i>likert</i>

(Tjiptono, 2005)	<ul style="list-style-type: none"> <li>2. Reliability</li> <li>3. Responsiveness</li> <li>4. Assurance</li> <li>5. Empathy</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2. Cepat dan tepat dalam melakukan transaksi</li> <li>3. Memahami kebutuhan transaksi nasabah</li> <li>4. Mampu memberikan rasa aman dan nyaman, Ketika bertransaksi</li> <li>5. Memiliki rasa empati terhadap nasabah</li> </ul>	
<b>Kepuasan Nasabah (Y)</b> (Kas mir, Manajemen Perbankan, 2011)	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Loyal terhadap Bank</li> <li>2. Mengulang kembali</li> <li>3. Membeli lagi produk lain</li> <li>4. Memberikan informasi produk atau layanan dari mulut ke mulut secara gratis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Selalu merasa senang apabila datang ke Bank</li> <li>2. Selalu dan sering melakukan transaksi di Bank</li> <li>3. Selalu menerima apabila ada tawaran produk yang terbaru</li> <li>4. Selalu mengajak saudara atau rekan kerja untuk bertransaksi di Bank</li> </ul>	Skala <i>likert</i>

Table 3.2 Desain Instrumen Penelitian

### 3.6 Teknik Analisis Data

#### 3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran secara deskriptif mengenai jawaban responden tentang tingkat kepuasan pelayanan Teller yang ada di Bank BNI Undaan Surabaya. Analisis

ini merupakan analisis yang menguraikan data hasil penelitian tanpa melakukan pengujian. Analisis ini ditampilkan dengan bentuk table frekuensi. Pengolahan distribusi frekuensi ini dilakukan dengan membuat kelompok atau nilai skor total jawaban responden. Menurut (Sugiyono, 2013) termasuk dalam statistic deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui table, grafik, diagram, lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean perhitungan penyebaran data dan perhitungan persentase.

### 3.6.2 Gap Analysis

Perbedaan antara harapan dan kenyataan atas kualitas pelayanan yang diterima oleh nasabah yang bertansaksi di Bank inilah yang disebut dengan *gap* atau kesenjangan. *Gap analysis* atau Analisis kesenjangan digunakan untuk mengevaluasi bisnis dengan bandingkan kinerja perusahaan saat ini dengan kinerja target yang ditentukan terlebih dahulu dengan langkah apa yang perlu diambil untuk menutup celah ini dan supaya tercapai kondisi yang diperlukan di masa depan. Model analisis ini didasarkan pada asumsi konsumen dengan membandingkan kinerja perusahaan dengan standart tertentu atau ekspektasi konsumen (Stolzer et al., 2011). *Gap* positif dapat diperoleh apabila nilai persepsi nasabah (konsumen) lebih besar dari nilai harapan. Nasabah (konsumen) dianggap merasa puas terhadap Bank. Sedangkan *gap* atau kesenjangan negative mampu dihasilkan apabila nilai harapan konsumen lebih besar dari nilai persepsi. Hal ini menunjukkan konsumen merasa kurang atau tidak puas terhadap kinerja pelayanan yang telah diberikan oleh perusahaan. Nilai harapan yang semakin tinggi dan nilai persepsi yang semakin rendah menunjukkan semakin besar *gap* yang terjadi.

Nilai kesenjangan antara pelayanan yang dirasakan dan layanan yang diharapkan konsumen juga disebut sebagai skor SERVQUAL atau skor dari kualitas layanan yang dirumuskan sebagai berikut (Marwati et al., 2010)

$$\text{Skor SERVQUAL} = \text{Skor Persepsi (P)} - \text{Skor Ekspektasi (I)}$$

Kesenjangan ini terjadi karena konsumen mempersepsikan layanan yang diterima berbeda dengan pemberi layanan. Menurut parasuman, tujuan utama dari analisis SERVQUAL adalah untuk sanggup menjabarkan atau mengutarakan secara lebih gamblang dan jelas atas kekurangan maupun kekuatan kualitas layanan yang ada dalam satu institusi, ada tiga *guidelines* yang dikemukakan saat menggunakan analisis SERVQUAL, yaitu :

- a. Analisis *gap* per atribut layanan
- b. Analisis *gap* per dimensi
- c. Analisis *gap* secara keseluruhan semua atribut layanan dari lima dimensi.