

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode & Jenis Penelitian

Jenis yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan analisis kuantitatif. Metode yang digunakan adalah menggunakan Metode Alat ukur IPA (*Informance and Performance Analysis*) dan analisis SERVQUAL untuk mengetahui atribut yang dianggap penting dan menganalisis kinerja dalam mencapai kepuasan nasabah. Analisis kuantitatif digunakan penelitian yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungannya. Tujuan dari penelitian kuantitatif adalah menunjukkan tingkat kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulak Karang Padang dari segi penilaian dimensi yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* untuk melihat sejauh mana persepsi, harapan dan penilaian tiap atribut dari kualitas pelayanan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulak Karang Padang.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulak Karang Padang. Waktu penelitian direncanakan selama satu bulan di Bank Syariah Mandiri KCP Ulak Karang Padang. Untuk pengumpulan data dilakukan setiap hari senin-jumat dimulai dengan jam 08.00 s/d 15.30 WIB.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah serumpun/sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian.¹ Jenis penelitian ini, populasinya adalah nasabah yang melakukan transaksi pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulak Karang .

2. Sampel

Menurut Siagian dalam penarikan sampel dilakukan dengan metode *Convenience sampling*, sampel yang digunakan diambil berdasarkan ketersediaan dan kemudahan untuk mendapatkannya, dengan kata lain sampel yang dianalisis karena ada pada tempat dan waktu yang tepat. Teknik penyampelan mudah adalah teknik pemilihan sampel ketika peneliti tidak memiliki data tentang populasi dalam bentuk sampling frame dan peneliti kemudian memilih sampel berdasarkan kemudahan dalam mengambil/memilih sampel.² Responden yang dipilih adalah nasabah yang datang dan melakukan transaksi secara langsung di Bank Syariah Mandiri KCP Ulak Karang. Dimana nasabah menyatakan kesediaannya untuk menjadi responden dan menjawab kuesioner yang telah disediakan.

¹Sofyan Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian: Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta : PT.Rajawali Pres),Edi.-1, Cet.5, 2016, h. 11

²Willy Abdillah & Jogiyanto Hartono, *Partial Least Square (PLS) "Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta:PT. Andi Yogyakarta), 2015, h.65

Adapun teknik yang digunakan dalam penarikan sampel adalah *Nonprobability Sampling*. *Nonprobability Sampling* adalah metode sampling yang setiap anggota populasi memiliki peluang sama untuk terpilih sebagai sampel.³

Teknik pengumpulan data ini menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁴ Menurut Sugiyono, dalam teknik pengumpulan data ini menggunakan kuesioner secara personal (*Personally Administered Questionnaires*). Data ini menggunakan Kuesioner tertutup ialah untuk mendapatkan data tentang tingkat kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Ulak Karang. Alasan memilih teknik ini adalah karena setiap nasabah yang melakukan transaksi di populasi penelitian tersebar di wilayah yang luas serta dengan jumlah responden yang cukup besar

Penelitian pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulak Karang, dalam penentuan sampel ini jumlah populasinya tidak diketahui dikarenakan (1) setiap nasabah yang melakukan transaksi bisa jadi bukan nasabah dari PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulak Karang Padang, (2) Nasabah yang datang itu secara kebetulan lokasi bank dekat dengan tempat tinggal dan tidak sengaja melewati lokasi PT. Bank Syariah

³*Ibid.*, h.148

⁴Raden Andriani Lestari, *Pengaruh Kepemimpinan Partisipatif dan Komitmen Organisasi Terhadap Efektifitas Implementasi Rencana Strategik pada Madrasah Aliyah di Kabupaten Sukabumi Jawa Barat*, Universitas Pendidikan Indonesia, 2014, h. 9, diunduh pada tanggal 2 April 2018, pukul. 09.00 WIB

Mandiri,(3) PT. Bank Syariah Mandiri berada pada lokasi yang strategis dan mudah di jangkau oleh nasabah dari bank itu sendiri maupun yang bukan dari nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulak Karang Padang. Peneliti merujuk pada rumus Sugiyono dengan menggunakan interval penaksiran yaitu :

$$n = \left[\frac{za/2\sigma}{e} \right]^2$$

$$n = \left[\frac{Z^{1/2} / 0.05}{0,05} \right]^2$$

$$n = \left[\frac{1.96}{0.20} \right]^2$$

$$n = 96,04$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

za = tabel distribusi normal sampel

σ = standar deviasi populasi = 0,05

e = tingkat kesalahan 0,20

Dengan memakai rumus Sugiyono, maka didapatkan sampel sebanyak 96.04 responden. Untuk keperluan dalam penelitian ini maka jumlah sampel akan peneliti bulatkan menjadi 96 orang nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulak Karang.

D. Defenisi Operasional

Berikut ini penjelasan dari masing-masing variabel yang menjadi objek penelitian ini, yaitu:

a. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian pelanggan terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived sevice*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*).

Indikator yang dijadikan acuan adalah :

1. Dimensi Bukti langsung (*Tangibels*), diukur menggunakan variabel indikator yang meliputi:
 - a. Fasilitas gedung yang memadai.
 - b. Kenyamanan dan kebersihan ruangan.
 - c. Fasilitas lengkap (AC, TV, dan lain lain).
 - d. Penampilan Pegawai yang rapi.
 - e. Teller di Counter berpenampilan rapi dan menarik.
 - f. Desain interior dan eksterior Bank.
 - g. Fasilitas parkir yang memadai.
 - h. fasilitas ATM memadai dan mudah ditemukan.
 - i. Fasilitas untuk melakukan transaksi di counter memadai.
 - j. fasilitas Transaksi online memadai.
2. Dimensi Keandalan (*Reliability*) diukur menggunakan variabel indikator yang meliputi:
 - a. Kemampuan petugas pelayanan.

- b. Pelayanan dengan teknologi modern.
- c. Tanggung jawab petugas dalam pelayanan.
- d. Prosedur pelayanan jelas.
- e. Kenyamanan pelayanan.
- f. Bank berjanji untuk melakukan sesuatu pada waktu tertentu, pihak bank akan menepatinya.
- g. Pelayanan tepat kepada nasabah.
- h. Bank menyediakan layanannya sesuai dengan yang dijanjikan.
- i. Bank selalu mengupayakan catatan (records) yang bebas dari kesalahan.

Pada dimensi kehandalan (*Reliability*) yaitu sejauh mana penyedia jasa mampu memberikan apa yang telah disajikan secara akurat, terpercaya dan dapat diandalkan kepada konsumen.⁵

3. Dimensi Daya tanggap (*Responsiveness*) diukur menggunakan variabel indikator yang meliputi:
- a. Ketanggapan solusi atas complain.
 - b. Kemudahan proses pelayanan dan nasabah.
 - c. Kecepat tanggapan dalam pelayanan.
 - d. Memberi tahu nasabah kapan pastinya layanan akan diberikan.
 - e. Tidak pernah terlalu sibuk merespon permintaan nasabah .

⁵Fandy Tjiptono &GregiousChandra, *Service, Quality & Statisfaction*, (Jakarta : CV. Andi Offset), Ed.4, 2016, h.158

- f. Bank memiliki jam layanan yang nyaman bagi semua nasabah.
 - g. Bank memiliki Karyawan yang selalu bersedia membantu anda.
4. Dimensi Jaminan (*Assurance*) diukur menggunakan variabel indikator yang meliputi:
- a. Kemudahan mendapatkan brosur layanan di bank .
 - b. Keamanan lingkungan pelayanan..
 - c. Adanya merasa aman menjadi nasabah (menyimpan/meminjam) dana di bank.
 - d. Para Karyawan secara konsisten bersikap sopan terhadap Anda.
 - e. Para Teller di counter secara konsisten bersikap sopan dan ramah terhadap Anda.
 - f. Para Karyawan memiliki pengetahuan memadai untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan Anda.
 - g. Prilaku Karyawandi Bank mampu membuat nasabah mempercayai mereka.
5. Dimensi Empati (*Emphaty*) diukur menggunakan variabel indikator yang meliputi:
- a. Kepedulian pegawai terhadap kebutuhan nasabah.
 - b. Pegawai selalu menanyakan kebutuhan pengunjung.
 - c. Perhatian individual kepada Anda.

- d. Mengutamakan kepentingan Anda.
- e. Memahami keluhan Anda.

Cara dibawah ini untuk meningkatkan kualitas pelayanan yaitu :

1. Mendapatkan umpan balik dari pelanggan
2. Melakukan evaluasi kepada pelanggan

Cara yang dilakukan untuk evaluasi yaitu dengan melakukan survei kemudian hal-hal penting untuk diketahui. Survei dapat dilakukan untuk mengetahui rasa empati atau kepedulian kepada pelanggan, mengukur tingkat kemampuan suatu perusahaan terkait kehandalan dan cepat tanggap, serta mengetahui pelayanan dan kualitas produk berdasarkan pengalaman konsumen secara langsung seperti fungsi produk, tingkat kebersihan, penampilan karyawan, dan lain sebagainya.

3. Memperbaiki pelayanan perusahaan

Memperbaiki kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan cara memberikan standar pelayanan perusahaan yang jelas kepada karyawan, melatih karyawan agar menjadi seseorang yang bertanggung jawab, cepat tanggap, dan memiliki etos kerja yang tinggi. Namun akan lebih baik apabila semua usaha perbaikan kualitas pelayanan perusahaan ini agar dilakukan secara berkelanjutan.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat bantu bagi peneliti dalam kegiatan pengumpulan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah. Jenis Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuesioner. Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner yang peneliti gunakan adalah kuesioner tertutup. Skala yang digunakan ialah Skala *Likert*. Dalam mengukur pendapat responden digunakan skala Likert yang dikembangkan oleh Rennis Likert untuk mengukur opini atau persepsi responden berdasarkan tingkat persetujuan dan tidak persetujuan.

Untuk tingkat kepentingan digunakan skala likert yaitu 5 tingkat, yaitu :

Tingkat Harapan/ Kepentingan		Tingkat Kenyataan/ Performance /Realita	
Skala	Skor	Skala	Skor
Sangat Penting	5	Sangat Puas	5
Penting	4	Puas	4
Cukup Penting	3	Cukup Puas	3
Tidak Penting	2	Tidak Puas	2
Sangat Tidak Penting	1	Sangat Tidak Puas	1

Sumber : Ir.Syofian siregar,*Statistika Deskriptif untuk penelitian*

Untuk variabel penelitian ini peneliti menggunakan jenis variabel tunggal. Menurut Hadari Nawawi, pengertian “variabel tunggal” adalah himpunan sejumlah gejala yang memiliki berbagai aspek atau kondisi di dalamnya yang berfungsi mendominasi dalam kondisi atau masalah tanpa dihubungkan dengan lainnya.⁶ Berdasarkan pendapat diatas, dapat disimpulkan variabel penelitian adalah sesuatu yang hendak diamati dan diambil datanya. Disamping itu variabel penelitian sering juga dinyatakan sebagai faktor-faktor yang berperan dalam peristiwa atau gejala yang akan teliti.

Variabel dalam penelitian ini adalah variabel tunggal yaitu tingkat kepuasan nasabah PT.Bank Syariah Mandiri, dapat dilihat dari segi kualitas pelayanan yang diberikan dari karyawan kepada nasabah. Penggunaan variabel tunggal bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam merumuskan objek atau inti penelitian yang hanya terdiri dari satu objek penelitian.

F. Jenis & Sumber Data

1. Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang di kumpulkan sendiri oleh peneliti secara langsung atau yang bersangkutan yang memerlukan

⁶ Diunduh melalui <http://digilib.unila.ac.id/881/11/3.%20BAB%20111.pdf>, h.3, pada tanggal 4 April 2018

nya dari tempat objek penelitian yang dilakukan.⁷ Data primer disebut juga data asli atau data baru.⁸

Dalam penelitian ini data primer merupakan data dari hasil jawaban responden atas kuesioner yang telah diajukan. Data primer ini selanjutnya akan diajukan sebagai data untuk penelitian hipotesis. Dalam penelitian ini data primer bersumber dari nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulak Karang tersebut dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah yang diperoleh atau dikumpulkan dari sumber-sumber yang telah ada. Data itu biasanya diperoleh dari brosur, jurnal, website, artikel, buku referensi, maupun laporan-laporan peneliti yang terdahulu. Data sekunder disebut juga data tersedia.⁹ Data sekunder ini menyangkut Jumlah nasabah yang melakukan transaksi pada tahun 2016-2018 pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulak Karang.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini yaitu berasal dari responden melalui kuesioner dan literature lain yang relevan dalam penelitian ini.

⁷Syofian Siregar, *Op.cit.*, h. 128

⁸M.Iqbal Hassan, *Pokok-pokok materii Statistik 1 Statistik Deskriptif*, (Jakarta : PT.Bumi Aksara), *Ed.2*, 2003, h.33

⁹*Ibid.*,h.33

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ialah teknik atau cara –cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan., selalu ada hubungan antara metode pengumpulan data dengan masalah penelitian yang ingin dipecahkan. Banyak hasil penelitian tidak akurat dan permasalahan penelitian tidak terpecahkan, karena metode pengumpulan data yang digunakan tidak sesuai dengan permasalahan penelitian.¹⁰

Dalam penelitian metode yang digunakan untuk pengumpulan data adalah :

1. Kuesioner

Kuesioner adalah suatu tehnik pengumpulan informasi yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Kuesioner dalam penelitian ini yaitu pertanyaan tertulis yang dipertanyakan kepada 96 responden nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulak Karang Padang mengenai tingkat kepuasan nasabah.

2. Observasi

Observasi adalah pengamatan yang dilakukan seseorang secara langsung dengan mengaitkan apa yang dilihat dan apa yang dilakukan

¹⁰Syofian Siregar, *Op.cit.*, h.130

peneliti dari hasil penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini observasi dilakukan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulak Karang Padang.

Observasi (pengamatan) mengenai sejauh mana tingkat kepuasan nasabah dari 5 dimensi kualitas pelayanan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulak Karang Padang.

3. Wawancara

Menurut Moh. Nazir dalam Burhan Bungin, proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang di wawancarai pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulak Karang Padang.¹¹

H. Uji Instrument

a. Uji Validitas

Menurut Azwar menyatakan validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukuran (tes) dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu tes dikatakan memiliki validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukur secara tepat atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Artinya hasil ukur dari pengukuran tersebut merupakan besaran yang

¹¹ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial lainnya*, (Jakarta : Kencana), 2005, Ed.2, Cet.6, h.136

mencerminkan secara tepat fakta atau keadaan sesungguhnya dari apa yang diukur.

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu instrumen atau item-item dalam mengukur apa yang diukur. Item kuesioner yang tidak valid berarti tidak dapat mengukur apa yang ingin diukur sehingga hasil yang didapat tidak dapat dipercaya, sehingga item yang tidak valid harus dibuang atau diperbaiki.¹²

Validitas adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (*valid measure if it succesfully measure the phenomeno*). Dalam pengujian instrument pengumpulan data, validitas dibedakan menjadi validitas faktor dan item. Teknik pengujian SPSS sering digunakan untuk uji validitas adalah menggunakan teknik korelasi *product moment* adalah :

$$r = \frac{n (\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n (\sum X^2) - (\sum X)^2] [n (\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana :

n=Jumlah responden

x=Skor Variabel (Jawaban responden)

y=Skor total variabel untuk responden n

$\sum x$ = Jumlah skor butir soal

$\sum y$ = Jumlah skor total soal

¹² Duwi Priyatno, Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya dengan SPSS, (Yogyakarta: Gava Media), 2016, Cet.1, h.143

$\sum xy^2$ = Jumlah skor kuadrat butir soal

$\sum y^2$ = Jumlah skor kuadrat total soal

b. Uji Reliabilitas

Untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, jika pengukuran tersebut diulang. Reliabilitas berarti dapat dipercaya, artinya instrumen dapat memberikan hasil yang tepat. Alat ukur instrumen dikategorikan reliabel jika menunjukkan konstanta hasil pengukuran dan mempunyai ketetapan hasil pengukuran sehingga terbukti bahwa alat ukur itu benar-benar dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.

Pengukuran reliabilitas dapat digunakan dengan cara *One Shot* atau pengukuran sekali. Adapun cara yang digunakan adalah dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*.¹³ Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach Alpha*:

$$r_{11} = \left[\frac{K}{K-1} \right] \left[1 - \sum \frac{\partial_b^2}{\partial_t^2} \right]$$

Dimana :

r_{11} = Reliabilitas instrumen

$\sum \partial_b^2$ = Jumlah varian butir

∂_t^2 = Jumlah varian total

k = Banyaknya butir pertanyaan

¹³ *Ibid.*, h.143

I. Teknik Analisis Data

a. Analisis Deskriptif

Analisis ini bersifat penjelasan dengan menggunakan tabel. Data dapat dikelompokkan dan dianalisis berdasarkan hasil jawaban kuesioner yang diperoleh dari tanggapan responden dengan menggunakan tabulasi data. Analisis deskriptif dilakukan untuk melihat kecenderungan penyebaran data secara umum pada setiap variabel. Analisis deskriptif digunakan untuk mengelola data yang diperoleh dari responden. Dalam penelitian ini analisis deskriptif terdiri dari :

1. Verifikasi Data

Memeriksa kembali kuesioner yang telah diisi oleh responden untuk memastikan apakah semua pertanyaan sudah dijawab dengan lengkap oleh responden.

2. Menghitung Nilai Jawaban Responden

Hasil jawaban dari responden yang perlu dihitung atau dikalkulasikan adalah persentase dari karakteristik responden dan hasil jawaban responden atas pertanyaan yang diajukan dan kemudian agar dapat diolah secara manual atau dengan SPSS 2.0 menggunakan metode servqual.

b. Analisis *Importance Performance Analysis* (IPA)

Metode ini merupakan suatu teknik penerapan yang mudah untuk mengukur atribut dari tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaan. Pengukuran tingkat kepentingan dan pelaksanaan suatu atribut pelayanan di suatu perusahaan dapat menggunakan skala likert.

Dalam metode IPA atribut-atribut yang diteliti akan dipetakan ke dalam suatu diagram kartesius yang terbagi dalam empat wilayah atau kuadran, yaitu prioritas utama (I), pertahankan prestasi (II), berlebihan (III) dan prioritas rendah (IV). Penentuan posisi suatu atribut ke dalam 4 wilayah tersebut tergantung pada nilai rata-rata atribut secara keseluruhan.

. Metode yang digunakan untuk menganalisis data tingkat kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ulak Karang Padang. Metode ini menentukan apakah suatu atribut dianggap penting atau tidak oleh nasabah, dan apakah atribut tersebut memuaskan nasabah atau tidak, sehingga dapat prioritas peningkatan kinerja untuk masing-masing atribut.

Importance Performance Analysis / (IPA) digunakan untuk mendapatkan informasi tentang tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu pelayanan dengan cara mengukur tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaannya. Tingkat kepentingan dari kualitas pelayanan adalah seberapa penting bagi nasabah terhadap kinerja pelayanan yang diberikan. Untuk tingkat kepentingan digunakan skala likert yaitu 5

tingkat, yaitu sangat penting, penting, cukup penting, kurang penting dan tidak penting. Kelima tingkat tersebut diberi skor sebagai berikut :

Tingkat Harapan/Kepentingan		Tingkat Kenyataan/ Performance /Realita	
Skala	Skor	Skala	Skor
Sangat Penting	5	Sangat Puas	5
Penting	4	Puas	4
Cukup Penting	3	Cukup Puas	3
Tidak Penting	2	Tidak Puas	2
Sangat Tidak Penting	1	Sangat Tidak Puas	1

Adapun tahapan pengolahan dengan metode IPA adalah :¹⁴

1. Penentuan skor rata-rata atribut tingkat kepentingan dan pelaksanaan. Rumus yang digunakan dalam tahap pertama ini adalah :

$$\bar{X}_i = \frac{\sum X_i}{n} \text{ dan } \bar{Y}_i = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Dimana :

\bar{X}_i : skor rata-rata tingkat pelaksanaan untuk atribut ke-i

\bar{Y}_i : skor rata-rata tingkat kepentingan untuk atribut ke-i

x_i : jumlah skor tingkat pelaksanaan untuk atribut ke-i

¹⁴ Erlida Rosa & Paidi Hidayat, *Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Bank Mandiri Cabang Zainul Arifin Medan, Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Tahun XXIII, No. 1 April 2013.-080-, h. 5

y_i : jumlah skor tingkat kepentingan untuk atribut ke-i

2. Penentuan skor rata-rata atribut tingkat kepentingan dan pelaksanaan secara keseluruhan dengan rumus yang digunakan adalah :

$$X_i = \frac{\sum \bar{X}_i}{k} \text{ dan } Y_i = \frac{\sum \bar{Y}_i}{k}$$

Dimana :

X = batas sumbu x (tingkat pelaksanaan)

Y = batas sumbu y (tingkat kepentingan)

K = banyaknya atribut pelayanan (k = 22)

3. Pemetaan atribut. Pada tahapan ini rata-rata setiap atribut dipetakan ke dalam diagram kartesius dengan kemungkinan 4 posisi kuadran. Posisi setiap atribut tergantung kepada nilai rata-rata atribut dan penjelasan masing-masing kuadran dalam metode IPA.

Diagram Kartesius merupakan suatu bagan yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik(\bar{X} , \bar{Y}), dimana \bar{X} merupakan rata-rata skor tingkat pelaksanaan atau kepuasan pelanggan atas seluruh faktor atau atribut dan \bar{Y} adalah rata-rata dari skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.¹⁵

Rumus selanjutnya :

¹⁵ Herlina Rahmawati, *Op.cit.*, h. II-31

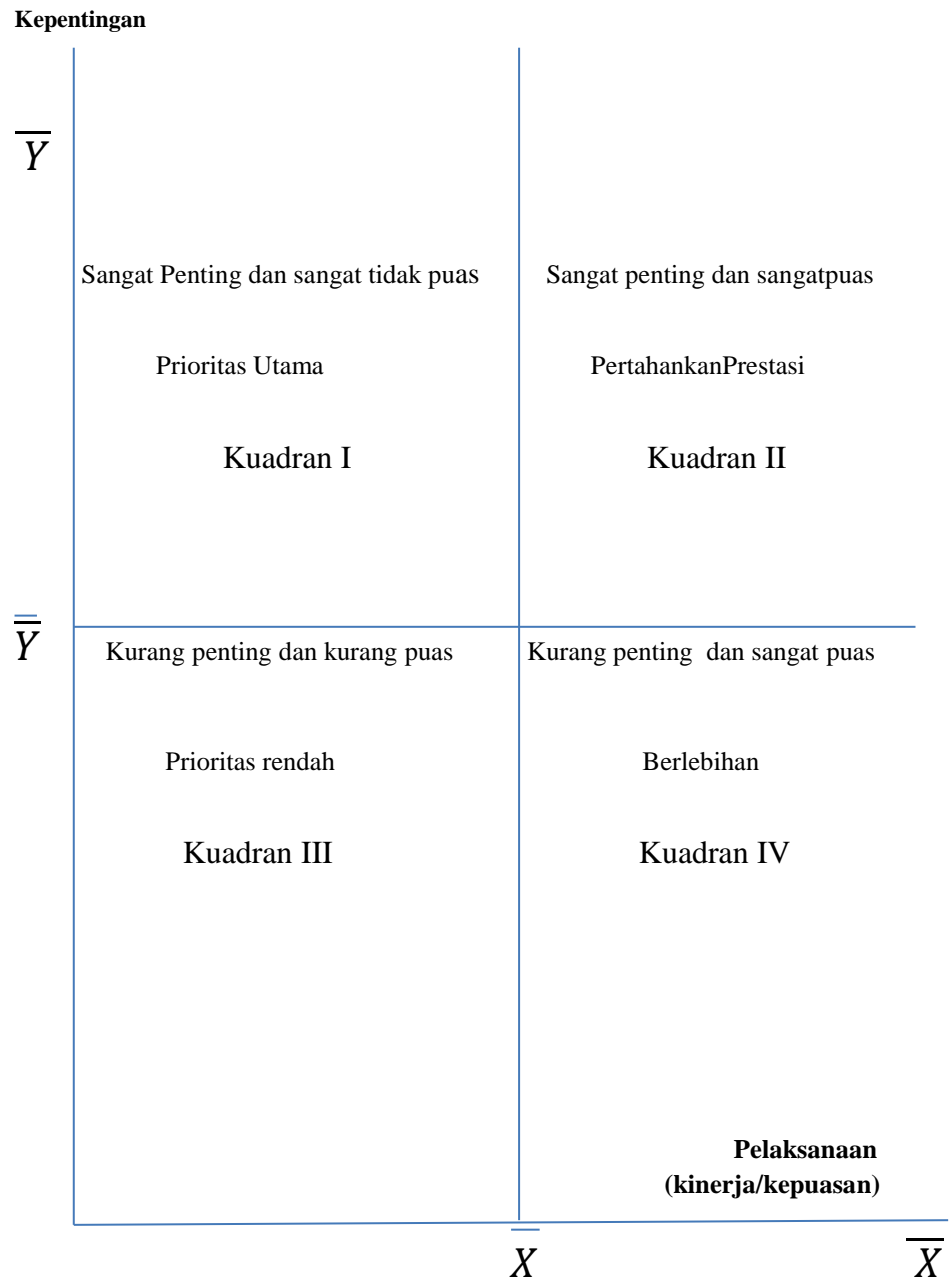
$$\bar{X} = \sum_{i=1}^n \frac{\bar{X}_i}{k} \dots \dots \dots (1.1)$$

$$\bar{Y} = \sum_{i=1}^n \frac{\bar{Y}_i}{k} \dots \dots \dots (1.2)$$

Dimana :

K = banyanya atribut fakta yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Selanjutnya, tingkat unsur –unsur tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian ke dalam diagram kartesius , seperti gambar 3.1 Diagram Kartesius

Diagram Kartesius



Keterangan :

1. Kuadran I (Prioritas Utama)

Kuadran prioritas utama merupakan kuadran yang memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen, tetapi pada kenyataannya atribut-atribut tersebut belum sesuai seperti yang diharapkan konsumen. Langkah-langkah yang dapat ditempuh perusahaan adalah dengan melakukan perbaikan secara terus menerus sehingga performance atribut yang ada dalam kuadran ini akan meningkat.

2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Kuadran pertahankan prestasi merupakan kuadran yang memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen dan pelaksanaan dari atribut-atribut tersebut telah sesuai dengan dirasakannya. Atribut-atribut yang masuk ke dalam kuadran ini harus tetap dipertahankan karena semua atribut tersebut merupakan produk/jasa yang unggul di mata konsumen.

3. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Kuadran prioritas rendah merupakan kuadran yang memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh konsumen dan pada kenyataannya pelaksanaannya tidak terlalu istimewa. Peningkatan atribut-atribut yang masuk ke dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh konsumen sangat kecil.

4. Kuadran IV (Berlebihan)

Kuadran berlebihan merupakan kuadran yang memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh konsumen dan dirasakan terlalu berlebihan. Atribut yang masuk ke dalam kuadran ini dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya.

c. Metode Analisis SERVQUAL

Metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan nasabah atas jasa yang diterimanya adalah metode servqual. Metode ini termasuk salah satu cara dimana responden diminta untuk menilai tingkat harapan mereka terhadap atribut tertentu dan juga dengan tingkat apa yang mereka rasakan.

Metode ini menggunakan *user based- approach* (melakukan pendekatan), yang mengukur kualitas jasa secara kuantitatif dalam bentuk kuesioner terkait dengan dimensi kualitas jasa seperti *tangibles, responsiveness, reliability, empathy, dan assurance*. Menurut Tjiptono, nilai kesenjangan antara layanan yang dirasakan dan layanan yang diharapkan konsumen juga disebut sebagai skor SERVQUAL atau skor dari kualitas layanan yang dirumuskan sebagai berikut:¹⁶

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

Kesenjangan ini terjadi karena konsumen mempersepsikan layanan yang diterima berbeda dengan pemberi layanan. Menurut

¹⁶*Ibid.*, h.121

Parasuraman, tujuan utama dari analisis SERVQUAL adalah untuk dapat mengungkapkan secara lebih luas kekurangan maupun kekuatan kualitas layanan yang adadalam satu institusi, ada tiga *guidlines* 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

Pada penelitian ini digunakan skor 1-5, selisih gap antara persepsi dengan harapan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan paling rendah terjadi apabila kinerja jauh dibawah harapan yaitu dibawah harapan yaitu saat kinerja minimal 1, sedangkan harapan maksimal 5 nilainya sebesar $1-5 = -4$. Sebaliknya kepuasan paling tinggi terjadi ketika kinerja jauh melampui harapan, yaitu saat kinerja maksimal 5, sedangkan harapan 1 nilainya $5-1=4$. Rentang kepuasan atau selisih gap-4 sampai 4 dengan interval sebagai berikut:

Tabel 3.1**Interval pengukuran selisih *gap***

Interval	Kategori	Kualitas Pelayanan
-4 – -2,4	Sangat Rendah	Sangat Tidak Baik
-2,4 - -0,8	Rendah	Kurang Baik
-0,8 – 0,8	Sedang	Cukup Baik
0,8 – 2,4	Tinggi	Baik
2,4 – 4	Sangat Tinggi	Sangat Baik

Pada Analisis Kesenjangan Kualitas Jasa SERVQUAL

Model SERVQUAL yang juga dikenal dengan model analisis kesenjangan merupakan penilaian antara harapan dengan kinerja. Menurut Parasuraman *et al* ada lima hal kesenjangan yang dapat menyebabkan kegagalan penyampaian jasa dan akan berpengaruh terhadap kualitas jasa. Adapun kelima kesenjangan (*gap*) sebagai berikut:

- a. Gap pertama (persepsi manajemen) adalah adanya perbedaan antara penilaian dan pelayanan menurut pengguna jasa.
- b. Gap kedua (spesifikasi kualitas) adalah kesenjangan antara persepsi antara manajemen mengenai harapan pengguna jasa dan spesifikasi kualitas jasa.
- c. Gap ketiga (penyampaian pelayanan) adalah kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa (*service delivery*).

- d. Gap keempat (komunikasi pemasaran) adalah kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi internal. Ekspektasi pelanggan mengenai kualitas pelayanan dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat perusahaan mengenai komunikasi pemasaran.
- e. Gap kelima (pelayanan yang dirasakan) adalah perbedaan persepsi antara jasa yang dirasakan dan diharapkan oleh pelanggan