

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Padang, Provinsi Sumatera Barat. Lokasi ini dipilih secara purposif (terarah) karena Kota Padang merupakan salah satu wilayah dengan perkembangan sektor jasa keuangan yang cukup pesat. Selain memiliki jumlah penduduk yang relatif besar dan tingkat urbanisasi yang tinggi, aktivitas ekonomi yang dinamis di kota ini berdampak langsung terhadap pertumbuhan layanan perbankan, baik konvensional maupun syariah. Indikator pertumbuhan tersebut terlihat dari semakin bertambahnya jumlah kantor cabang dan unit layanan perbankan, yang mencerminkan peningkatan kebutuhan masyarakat akan layanan keuangan yang berkualitas.

Waktu pelaksanaan penelitian ini berlangsung dari tanggal 15 April 2026 sampai dengan 10 Juni 2026, bertepatan dengan tren peningkatan digitalisasi serta persaingan pelayanan antarbank. Subjek dalam penelitian ini adalah para nasabah bank syariah pada dua instansi, yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Simpang Lampu Merah (Jl. By-Pass KM 8, Kelurahan Pasar Ambacang, Kecamatan Kuranji, Padang) dan Bank Mega Syariah Cabang Padang (Jl. Belakang Olo No. 59, Kelurahan Olo, Kecamatan Padang Barat, Padang, Sumatera Barat 25113). Seluruh subjek yang dipilih merupakan nasabah yang berdomisili di Kota Padang.

Penelitian terhadap kedua bank ini bertujuan untuk memperoleh gambaran yang objektif dan aktual mengenai persepsi serta tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan yang mereka terima. Di samping itu, pemilihan lokasi di Kota Padang juga didasarkan pada karakteristik latar belakang masyarakatnya yang mayoritas beragama Islam, sehingga sangat relevan untuk dilakukan kajian perbandingan antara dua bank berbasis syariah yang berbeda tersebut.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif komparatif (perbandingan) yang bertujuan untuk membandingkan tingkat kualitas pelayanan antara bank syariah dari perspektif atau penilaian nasabah. Pendekatan kuantitatif digunakan karena memungkinkan peneliti untuk mengukur dan menganalisis data numerik secara sistematis, serta menarik kesimpulan berbasis statistik yang objektif. Penelitian ini memanfaatkan model pengukuran kualitas pelayanan carter yang terdiri dari enam dimensi utama, yaitu *compliance* (kepatuhan terhadap prinsip syariah), *assurance* (jaminan), *reliability* (keandalan), *tangibles* (bukti fisik), *empathy* (empati), dan *responsiveness* (daya tanggap). Untuk menganalisis data kuesioner yang dikumpulkan dari responden, digunakan metode logika *fuzzy* (fuzzy logic), yang dinilai lebih tepat dalam menangkap data persepsi dan ekspektasi yang bersifat subjektif dan linguistik. Logika *fuzzy* memungkinkan data kualitatif seperti persepsi tingkat pelayanan diubah menjadi angka *fuzzy* melalui proses *fuzzyfikasi*, kemudian dihitung selisih antara harapan dan kenyataan,

sebelum akhirnya dilakukan *defuzzyfikasi* untuk memperoleh nilai akhir yang dapat ditafsirkan secara kuantitatif. dengan metode ini, perbandingan kualitas pelayanan kedua jenis bank dapat dilakukan secara lebih akurat, terutama dalam konteks persepsi dan harapan nasabah yang cenderung bersifat tidak pasti dan kompleks.

C. Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen.

1. Variabel Independen

Penelitian ini adalah dimensi-dimensi kualitas pelayanan yang diukur berdasarkan model CARTER. Enam dimensi tersebut meliputi:

- 1) *Compliance* (kepatuhan) yaitu tingkat kepatuhan bank terhadap prinsip-prinsip syariah dalam operasionalnya.
- 2) *Assurance* (jaminan) yakni jaminan yang diberikan melalui sikap sopan, pengetahuan, dan kepercayaan yang ditampilkan oleh karyawan bank.
- 3) *Reliability* (kehandala) yaitu kemampuan bank untuk memberikan pelayanan yang andal, akurat, dan sesuai dengan janji
- 4) *Tangibles* (bukti fisik) yang mencakup aspek-aspek fisik seperti fasilitas, desain interior, dan perlengkapan bank
- 5) *Emphaty* (empati) yang menggambarkan perhatian dan pemahaman personal bank terhadap kebutuhan nasabah

- 6) *Responsiveness* (ketanggapan) yaitu kecepatan dan kesiapan bank dalam membantu nasabah serta merespon keluhan secara efektif. Sementara itu

2. Variabel Dependen

Penelitian ini adalah kepuasan nasabah, yang diukur berdasarkan kesesuaian antara harapan dan persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan yang mereka terima dari masing-masing bank. Kepuasan nasabah dalam konteks ini menjadi indikator utama untuk menilai keberhasilan implementasi perbandingan kualitas pelayanan oleh bank mega syariah dengan kualitas pelayanan Bank Syariah Indonesia.

D. Populasi dan sampel

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pengguna jasa perbankan syariah yang berdomisili di Kota Padang. Lokasi tersebut dipilih karena Kota Padang merupakan salah satu kota dengan tingkat pertumbuhan ekonomi dan aktivitas perbankan yang cukup tinggi, yang tercermin dari meningkatnya jumlah kantor cabang dan unit layanan dari berbagai bank berbasis syariah. Populasi dalam penelitian ini bersifat tidak terbatas atau tidak diketahui jumlah pastinya (*infinite population*), karena tidak terdapat data pasti mengenai jumlah seluruh nasabah aktif dari masing-masing bank syariah yang menjadi objek penelitian. Oleh karena itu, peneliti mendefinisikan populasi berdasarkan karakteristik

umum, yaitu nasabah yang aktif menggunakan layanan perbankan syariah dan bertempat tinggal di wilayah Kota Padang.

2. Sampel

Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan teknik *non-probability sampling* (pengambilan sampel non probabilitas), khususnya metode *purposive sampling* (tujuan sampling). Teknik ini dipilih karena peneliti ingin memperoleh informasi dari subjek yang secara khusus memiliki pengalaman atau keterlibatan langsung dengan objek yang diteliti, dalam hal ini adalah nasabah bank syariah.

Dalam penelitian ini, jumlah sampel ditetapkan sebanyak 200 responden yang terdiri dari 100 responden Bank Mega Syariah dan 100 responden Bank Syariah Indonesia dengan pertimbangan keterjangkauan responden serta kebutuhan analisis perbandingan

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan dalam proses penelitian guna memperoleh data pendukung dalam melakukan suatu penelitian. Instrumen penelitian yang lazim digunakan dalam penelitian adalah beberapa daftar pertanyaan serta kuesioner yang disampaikan dan diberikan kepada masing-masing responden yang menjadi sampel dalam penelitian pada saat observasi atau penyebaran kuesioner. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Tabel 3.1 Variabel Indikator

Variabel	Keterangan	Indikator	Skala Pengukuran
X1	<i>Compliance</i> (Kepatuhan)	1. Bank beroperasi sesuai hukum dan prinsip islam 2. Tidak terdapat unsur riba dalam transaksi 3. Tersedianya produk/layanan berlandaskan syariah	<i>Fuzzy Logic</i>
X2	<i>Assurance</i> (Jaminan)	4. Karyawan bersikap sopan dan ramah 5. Kemudahan akses informasi rekening 6. Karyawan memiliki pengetahuan yang luas dan berpengalaman	<i>Fuzzy Logic</i>
X3	<i>Reliability</i> (Kehandalan)	7. Pelayanan cepat dan tepat waktu 8. Bank menyediakan produk dan layanan yang luas 9. Ketepatan bank dalam menepati janji	<i>Fuzzy Logic</i>

X4	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	10. Desain interior ruangan yang menarik 11. Lokasi bank yang strategis dan mudah dijangkau 12. Bank memiliki area parkir yang memadai	<i>Fuzzy Logic</i>
X5	<i>Emphaty</i> (Empati)	13. Karyawan mengetahui kebutuhan nasabah 14. Kepekaan karyawan terhadap minat nasabah 15. Perhatian pribadi dari karyawan saat memberikan layanan	<i>Fuzzy Logic</i>
X6	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	16. Karyawan selalu siap membantu nasabah 17. Tersedia kantor cabang di berbagai wilayah 18. Sigap dalam menangani permintaan/keluhan nasabah	<i>Fuzzy Logic</i>

Sumber : Nurfaridah (2018)

F. Jenis data Penelitian

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari objek yang akan diteliti (responden). Untuk pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menyebar kuesioner/angket dan wawancara. Kuesioner dimaksudkan sebagai suatu daftar pertanyaan untuk memperoleh data

berupa jawaban-jawaban dari para responden, yaitu orang yang memberikan jawaban.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti bukan secara langsung dari sumber pertama melalui observasi, wawancara, atau kuesioner, melainkan dari dokumen, arsip, laporan, publikasi, atau sumber lain yang telah ada sebelumnya. Data ini biasanya dikumpulkan oleh pihak lain dengan tujuan tertentu, namun tetap relevan dan bermanfaat untuk mendukung penelitian yang sedang dilakukan.

Menurut Sugiyono, data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara, atau yang telah didokumentasikan sebelumnya. Sumber data sekunder dapat berupa buku, jurnal ilmiah, artikel ilmiah, dan laporan resmi dll.

G. Teknik pengumpulan data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan melalui beberapa pendekatan untuk memperoleh informasi yang valid dan relevan terhadap topik yang dikaji. Teknik ini digunakan guna menjawab rumusan masalah serta menguji kesesuaian antara teori dan realitas di lapangan, khususnya mengenai kualitas pelayanan bank syariah dan konvensional di Kota Padang berdasarkan model CARTER.

1. Kuesioner

Jika digunakan, kuesioner disusun berdasarkan indikator dari model CARTER, mencakup dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*,

assurance, empathy, dan compliance (khusus untuk bank syariah). Responden diminta untuk memberikan penilaian dalam skala tertentu (misalnya skala Likert 1–5) untuk mengukur persepsi mereka terhadap kualitas pelayanan. Contoh pegawai bank memahami kebutuhan saya secara spesifik. (Sangat Tidak Setuju – Sangat Setuju).

2. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengamati langsung kondisi dan proses pelayanan yang dilakukan oleh pihak bank kepada nasabah. Teknik ini digunakan untuk memperoleh gambaran faktual dan objektif tentang bagaimana pelayanan berlangsung di tempat, mulai dari sikap petugas, kondisi fasilitas, kecepatan layanan, hingga interaksi dengan nasabah. Contoh: Peneliti mencatat perilaku petugas customer service dan teller saat melayani nasabah, termasuk antrean, ketepatan waktu, dan etika pelayanan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan, mencatat, dan mempelajari berbagai dokumen yang berkaitan dengan penelitian. Dokumentasi dalam penelitian ini digunakan sebagai data pendukung untuk melengkapi data yang diperoleh melalui kuesioner. Dokumen yang dikumpulkan meliputi profil Bank Mega Syariah dan Bank Syariah Indonesia, data dan informasi mengenai objek penelitian, struktur organisasi, serta dokumentasi kegiatan penelitian. Data dokumentasi tersebut digunakan untuk memberikan gambaran yang lebih lengkap mengenai objek

penelitian dan mendukung hasil analisis kualitas pelayanan Bank Mega Syariah dan Bank Syariah Indonesia di Kota Padang.

H. Teknik Analisis Data

1. Analisis *Fuzzy Logic*

Logika *fuzzy* adalah suatu cara yang tepat untuk memetakan suatu ruang input ke dalam ruang output (Ratnawati, 2011). Dalam mengatasi sistem yang rumit maka penggunaan logika *fuzzy* adalah Langkah yang tepat. Sistem *fuzzy* sangat cocok untuk penalaran pendekatan terutama untuk sistem yang menangani masalah-masalah yang sulit untuk didefinisikan dengan model matematis. Contoh parameter yang bersifat kurang akurat atau kurang jelas pada kuesioner. Sistem *fuzzy* secara umum terdapat 3 langkah dalam melakukan penalaran yaitu:

1) Penentuan *Fuzzy Set*

Penentuan *fuzzy set* dilakukan untuk menentukan skor yang harus diberikan oleh responden untuk setiap kriteria yang diajukan kuesioner. Mengubah data kuesioner Jawaban responden dalam bentuk pilihan menjadi angka *fuzzy*. Misalnya:

a) Persepsi

Skor Jawaban	Kategori Linguistik	Fuzzy (a,b,c)
1	Sangat Tidak Setuju	0.00, 0.00, 0.25
2	Tidak Setuju	0.00, 0.25, 0.50
3	Netral	0.25, 0.50, 0.75
4	Setuju	0.50, 0.75, 1.00
5	Sangat Setuju	0.75, 1.00, 1.00

b) Ekspektasi

Skor Jawaban	Kategori	Fuzzy (a,b,c)
1	Sangat Tidak Penting	0.00, 0.00, 0.25
2	Tidak Penting	0.00, 0.25, 0.50
3	Netral	0.25, 0.50, 0.75
4	Penting	0.50, 0.75, 1.00
5	Sangat Penting	0.75, 1.00, 1.00

2) Fuzzyfikasi

Fuzzyfikasi merupakan proses mengubah nilai variable numerik ke nilai variabel linguistik. Dengan kata lain, *fuzzyfikasi* merupakan pemetaan dari ruang input ke himpunan *fuzzy* (Ratnawati, 2011). Bisa dikatakan proses mengubah angka biasa (jawaban kuesioner) menjadi angka *fuzzy*, supaya bisa dihitung dengan logika *fuzzy*, supaya bisa dihitung dengan logika *fuzzy*. Perhitungan *fuzzyfikasi* data penilaian dan ekspektasi nasabah dilakukan dengan menggunakan rumus OEM (*Overall Effectiveness Measure*) dan yang menghasilkan nilai (ai, bi, ci) misal menjadi (0.5, 0.75, 1.0) untuk tiap kriteria yang diteliti dengan rumus sebagai berikut:

$$OEM = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \left(\frac{a_i + 4b_i + c_i}{6} \right)$$

Keterangan:

OEM = Overall Effectiveness Measur, yaitu nilai akhir efektivitas pelayanan berdasarkan fuzzyfikasi

N = Jumlah total indikator dalam satu dimensi

Sigma = Simbol penjumlahan. Artinya jumlahan semua hasil dari perhitungan $(a_i + 4b_i + c_i)/6$

a_i = Nilai batas bawah dari fuzzy number untuk indikator ke-I
(contoh: 0.50)

b_i = Nilai tengah dari fuzzy number untuk nilai indikator ke-I (nilai utama dari persepsi responden)

c_i = Nilai batas atas dari fuzzy number untuk indikator ke i

$a_i + 4b_i + c_i / 6$ = Rata-rata tertimbang fuzzy. Nilai tengah (diberi bobot 4 karena dianggap paling representative

$1/n$ = Menunjukkan hasil akhir adalah rata-rata dari indikator semua pada dimensi tersebut

3) Defuzzifikasi

Input dari proses *defuzzifikasi* adalah suatu himpunan fuzzy yang diperoleh dari komposisi aturan-aturan fuzzy, sedangkan *output* yang dihasilkan merupakan suatu bilangan pada domain himpunan fuzzy tersebut sehingga jika diberikan suatu himpunan fuzzy dalam range tertentu, maka harus diambil suatu nilai crisp tertentu (Nurfaridah, 2018).

I. Analisa GAP

Analisis GAP dalam kualitas pelayanan merupakan pendekatan yang digunakan untuk mengukur sejauh mana perbedaan antara ekspektasi pelanggan dengan kenyataan pelayanan yang mereka terima. Dalam praktiknya, perbedaan ini dinyatakan dalam bentuk skor atau nilai yang disebut "gap", yang bisa bernilai positif maupun negatif. Gap ini menjadi

indikator penting untuk menilai apakah sebuah layanan sudah berada pada tingkat yang diharapkan oleh pelanggan atau belum.

Apabila nilai gap yang dihasilkan bernilai negatif, hal ini menandakan bahwa pelanggan merasa pelayanan yang diberikan masih berada di bawah harapan mereka. Artinya, terdapat kekecewaan atau ketidakpuasan karena ekspektasi yang telah dibangun baik dari pengalaman sebelumnya, janji layanan, maupun reputasi Lembaga tidak terpenuhi secara nyata. Situasi ini menjadi sinyal penting bagi organisasi untuk segera melakukan evaluasi dan perbaikan, karena pelanggan yang kecewa tidak hanya berisiko berpindah ke kompetitor, tetapi juga dapat memengaruhi persepsi masyarakat secara luas terhadap reputasi layanan tersebut.

Sebaliknya, jika hasil analisis menunjukkan nilai gap yang positif, maka itu merupakan pertanda bahwa pelayanan yang diberikan telah berhasil melampaui harapan pelanggan. Ini tentu menjadi indikator yang sangat positif karena berarti pelanggan merasakan pengalaman layanan yang tidak hanya sesuai dengan keinginan mereka, tetapi bahkan melebihi apa yang mereka bayangkan sebelumnya. Dalam konteks hubungan manusiawi, pengalaman seperti ini menciptakan kesan yang mendalam, memperkuat loyalitas, dan membangun ikatan emosional antara pelanggan dan penyedia layanan.

Dengan demikian, analisis GAP bukan hanya soal angka atau skor dalam lembar evaluasi, melainkan cerminan dari bagaimana pengalaman pelanggan terbentuk, apakah mengesankan atau mengecewakan. Ini adalah

cermin yang jujur bagi organisasi dalam memahami sejauh mana mereka telah berhasil menyentuh hati pelanggan, dan di titik mana mereka perlu memperbaiki pendekatan agar lebih relevan, hangat, dan bermakna. Maka dari itu, memahami makna di balik nilai gap sangat penting dalam upaya membangun layanan yang lebih manusiawi dan berkelanjutan.

Gap = Persepsi – Ekspektasi

Keterangan:

Gap negatif = Pelayanan belum memenuhi harapan
pelanggan/nasabah

Gap positif = Pelayanan melampaui harapan

Untuk menganalisis kesenjangan (GAP) antara tingkat persepsi dan tingkat ekspektasi nasabah terhadap kualitas pelayanan, penelitian ini menggunakan Importance Performance Analysis (IPA). Metode IPA mengelompokkan setiap indikator pelayanan ke dalam empat kuadran berdasarkan tingkat kepentingan (ekspektasi) dan tingkat kinerja (persepsi). Pengelompokan tersebut bertujuan untuk mengetahui indikator yang perlu diprioritaskan perbaikannya, dipertahankan kinerjanya, memiliki prioritas rendah, maupun indikator yang dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya. Adapun pembagian kuadran IPA disajikan pada tabel berikut :

Kuadran	Nama Kuadran	Kondisi Nilai OEM
Kuadran I	Kuadran A: Prioritas Utama (Concentrate Here)	Ekspektasi Tinggi, Persepsi Rendah

Kuadran II	Kuadran B: Pertahankan Prestasi (Keep Up the Good Work)	Ekspektasi Tinggi, Persepsi Tinggi
Kuadran III	Kuadran C: Prioritas Rendah (Low Priority)	Ekspektasi Rendah, Persepsi Rendah
Kuadran IV	Kuadran D: Berlebihan (Possible Overkill)	Ekspektasi Rendah, Persepsi Tinggi

Berdasarkan matriks IPA tersebut, posisi masing-masing indikator ditentukan dengan membandingkan nilai rata-rata persepsi dan ekspektasi terhadap nilai rata-rata keseluruhan (grand mean). Suatu indikator dikategorikan tinggi apabila memiliki nilai di atas rata-rata, sedangkan dikategorikan rendah apabila nilainya berada di bawah rata-rata. Dengan demikian, hasil pemetaan pada matriks IPA dapat menjadi dasar dalam menentukan prioritas peningkatan kualitas pelayanan yang perlu dilakukan oleh pihak bank. apabila nilai dan masing-masing indikator lebih besar dari nilai rata-rata Tinggi