

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Waktu dan Tempat Penelitian

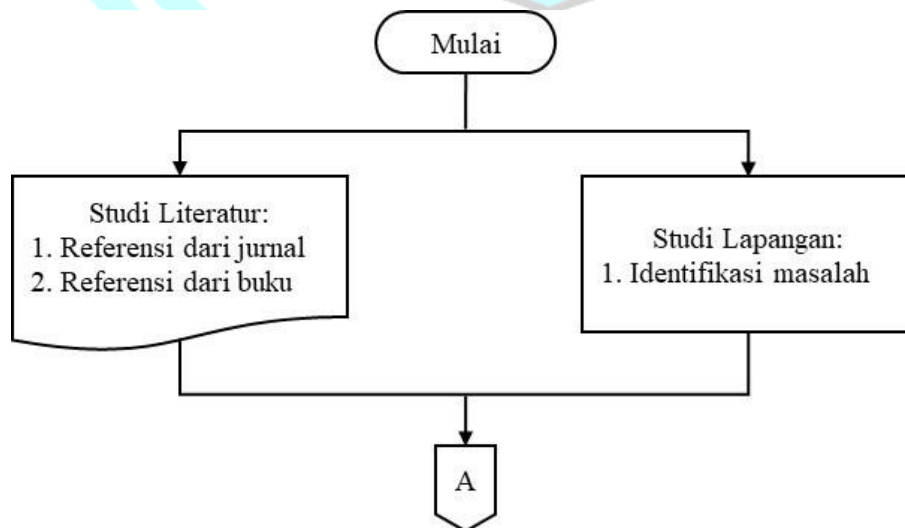
Dalam penelitian ini, waktu yang digunakan untuk melakukan penelitian pada bulan Mei 2025 sampai dengan Juni 2025. Adapun tempat penelitian ini dilaksanakan pada PT Pegadaian (Persero) UPC Cepu Blora. Yang ber-Alamat lokasi: Jl. Diponegoro No. 51, Blora, Jawa Tengah.

3.2. Objek Penelitian

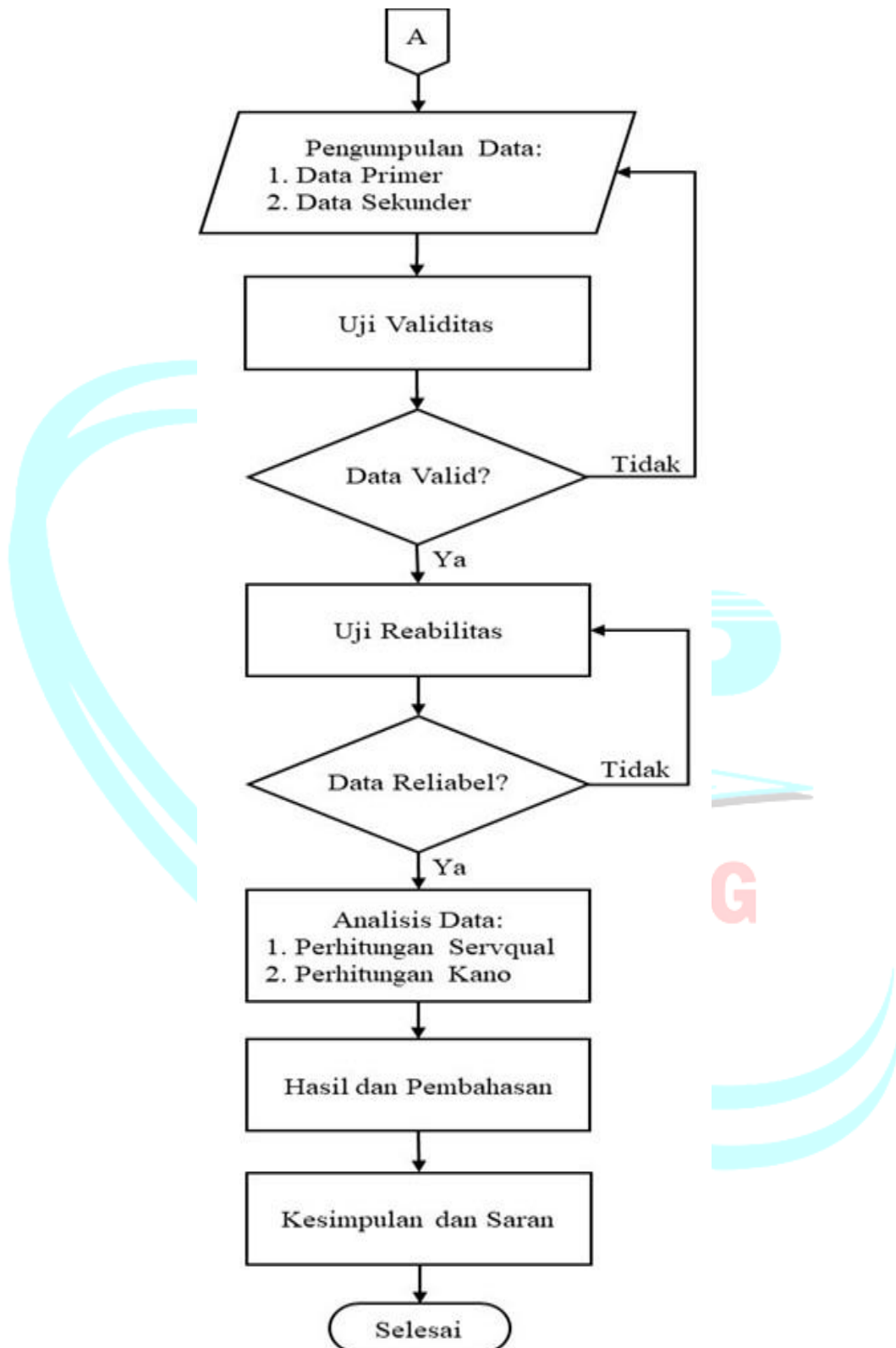
Objek dalam penelitian ini adalah pengukuran kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan PT Pegadaian UPC Cepu berdasarkan dimensi *Servqual* meliputi jaminan, bukti fisik, daya tanggap, keandalan, dan empati. Kemudian dianalisis menggunakan metode *servqual* dan kano.

3.3. Prosedur Penelitian

Adapun prosedur dalam penelitian ini dapat dilihat pada *flowchart* yang ada pada gambar 3.1 berikut.



Gambar 3.1 *Flowchart* Penelitian



Gambar 3.1 *Flowchart* Penelitian (Lanjutan)

Sumber: Penulis, (2025)

Berdasarkan gambar 3.1 diatas, langkah-langkah yang ada dalam penelitian ini dimulai dari: studi literatur, studi lapangan, pengumpulan data, uji validitas dan reabilitas, analisis data, hasil dan pembahasan, sampai dengan kesimpulan dan saran.

3.4. Jenis Data Yang Digunakan

3.4.1. Data Primer

Data primer adalah data informasi yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari sumber asli maupun objek penelitian. Pengumpulan data tersebut dapat diperoleh dari observasi secara langsung di lapangan, wawancara dengan pihak jasa pelayanan terkait isu permasalahan dalam hal kualitas pelayanan, selanjutnya membuat kuisioner yang diberikan kepada responden sebagai bahan dasar untuk melakukan analisis terkait dengan kualitas pelayanan.

3.4.2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari berbagai sumber secara tidak langsung atau data yang sudah disusun oleh pihak lain namun terdapat kaitannya dengan penelitian. Pengumpulan data tersebut dapat diperoleh dari buku, jurnal, dokumen penelitian terdahulu, *website* dari perusahaan, maupun dokumen lainnya.

3.5. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.5.1. Populasi

Menurut Sugiyono dalam Samara & Susanti (2023) menyatakan bahwa “populasi” merujuk kepada area generalisasi yang terdiri dari subjek dan objek dengan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dilakukan penelitian dan kemudian diambil kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang menggunakan jasa PT Pegadaian UPC Cepu.

3.5.2. Sampel

Menurut Sugiyono sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik dari populasi tersebut (Samara & Susanti, 2023). Apabila populasi sangat besar maka

tidak memungkinkan bagi peneliti untuk meneliti keseluruhan populasi dikarenakan keterbatasan waktu, dan biaya. Selanjutnya dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, maka peneliti menentukan ukuran sampel dengan menggunakan rumus *Cochranch* dengan perhitungan sebagai berikut (Nada dkk., 2023):

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2} \quad (3.1)$$

Keterangan:

Z = Tingkat kepercayaan 95% = 1,96

p = Maksimal variabilitas (0,5)

q = 1- p

e = Tingkat kesalahan (0,1)

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,1} = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan rumus diatas diperoleh jumlah sampel 96,04. Sampel tersebut kemudian dibulatkan menjadi 100 responden.

3.5.3. Teknik Sampling

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2016) dalam jurnal Pratama & Amirulmukminin (2023) *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan pertimbangan tertentu, pertimbangan tersebut yaitu:

1. Responden merupakan nasabah yang menggunakan pelayanan perusahaan minimal 1 kali.
2. Responden dengan usia 17 tahun keatas, hal ini dikarenakan responden dianggap telah mampu menjawab pertanyaan pada kuesioner
3. Responden bersedia menjawab kuisisioner

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian dapat diperoleh dari observasi secara langsung di lapangan, wawancara dengan pihak jasa pelayanan terkait isu permasalahan dalam hal kualitas pelayanan, dan selanjutnya membuat daftar pertanyaan kuisisioner yang diberikan kepada responden yang telah ditetapkan kriteria sebelumnya.

3.6.1. Kuisisioner

Kuesioner merupakan sebuah alat penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan menyebarkan beberapa pertanyaan kepada responden secara tertulis dengan harapan responden akan memberikan jawaban atas pertanyaan yang telah disiapkan. Pengumpulan data ini dilakukan dengan menggunakan formulir untuk memudahkan dalam pengambilan data hasil kuisisioner. Adapun beberapa pertanyaan dalam kuisisioner adalah sebagai berikut:

1. Nama Responden:
2. Jenis Kelamin:
 - a) Laki-laki
 - b) Perempuan
3. Usia Responden:
 - a) 17 tahun – 26 tahun
 - b) 27 tahun – 36 tahun
 - c) 37 tahun – 46 tahun
 - d) 47 tahun – 56 tahun
4. Jenis Kuesioner
 - a) Untuk kuesioner *servqual* disusun dan jawaban menggunakan skala likert dengan rentang nilai 1 – 5, yaitu:
 - 5 : Sangat Setuju,
 - 4 : Setuju,
 - 3 : Netral,
 - 2 : Tidak Setuju,
 - 1 : Sangat Tidak Setuju.

b) Kemudian untuk kuesioner model kano ada dua bentuk model pernyataan berdasarkan *functional* dan *dysfunctional*. Pernyataan *functional* adalah terkait dengan pelayanan yang positif sedangkan *dysfunctional* terkait pelayanan yang negatif. Adapun skala yang digunakan adalah:

- 1 : Sangat suka (*Like*)
- 2 : Seharusnya seperti itu (*Must-be*)
- 3 : Netral (*Neutral*)
- 4 : memberikan toleransi (*Live with/tolerance*)
- 5 : Tidak suka (*Dislike*)

3.7. Teknik Pengujian Data

3.7.1. Uji Validitas

Uji validitas ditujukan untuk mengukur seberapa akurat dari tiap atribut pertanyaan dalam kuesioner yang telah disebarakan kepada responden. Sugiyono berpendapat bahwa “Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”(Sarip & Mustangin, 2023). Untuk menguji validitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan perangkat lunak IBM SPSS 25. Dimana suatu variabel dianggap valid jika nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$).

3.7.2. Uji Reabilitas

Menurut Sarip & Mustangin (2023) reabilitas didefinisikan sebagai sejauh mana skor tes konsisten, dapat dipercaya, dan dapat diulang. Beberapa faktor yang mempengaruhi nilai reabilitas rendah yaitu: pertama, berkaitan dengan tingkat kesulitan tes yang terlalu tinggi sehingga beberapa subjek menjawab dengan menebak. Kedua, berkaitan dengan kondisi kelelahan kecemasan yang dialami oleh subjek dalam mengerjakan instrument. Untuk menguji reabilitas dalam penelitian ini digunakan bantuan perangkat lunak IBM SPSS 25. Reliabilitas diukur menggunakan *statistic cronbach's alpha* (α). Dimana suatu variabel dianggap *reliable* jika memiliki nilai *cronbach' alpha* $> 0,70$.

3.8. Teknik Analisis Data

3.8.1. Metode *Servqual*

Langkah-langkah untuk menyelesaikan perhitungan dengan metode *Servqual* adalah (Rahmawati dkk., 2023):

1. Mencari nilai persepsi (nilai kinerja) dari setiap variabel (X_i) dan nilai harapan dari setiap variabel (Y_i) dengan menggunakan kuesioner.
2. Untuk menghitung nilai rata-rata persepsi ($\bar{X}$) dan harapan ($\bar{Y}$) dapat dilakukan dengan menjumlahkan nilai persepsi (X) dan harapan (Y) dari setiap variabel untuk semua responden terlebih dahulu selanjutnya dibagi dengan jumlah responden.

$$\bar{X}_i = \frac{\sum X_i}{n} \quad (3.2)$$

$$\bar{Y}_i = \frac{\sum Y_i}{n} \quad (3.3)$$

Keterangan:

$\bar{X}_i$ = Nilai rata-rata persepsi (kinerja) ke- i

$\bar{Y}_i$ = Nilai rata-rata harapan ke- i

n = Jumlah responden

3. Menghitung kesenjangan (*gap*) antara persepsi (kinerja) dan harapan dengan rumus:

$$NS_i = \bar{X}_i - \bar{Y}_i \quad (3.4)$$

Keterangan:

NS = nilai *servqual* (*gap*) variabel ke- i

4. Jika hasil nilai yang didapatkan negatif (<0) maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan masih belum sesuai dengan yang diharapkan oleh nasabah. Sedangkan angka positif (>0) maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah sudah lebih tinggi dibandingkan dengan tingkat kepuasan nasabah. Jika sama dengan nol ($=0$) maka tingkat pelayanan memenuhi dari tingkat harapan nasabah. Nilai ini diperoleh dari menjumlahkan hasil perhitungan nilai kepuasan untuk setiap dimensi.

3.8.2. Perhitungan Model Kano

Menurut Erawati & Lukmandono (2020) langkah-langkah dalam melakukan penelitian menggunakan model kano adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi terlebih dahulu atribut/aspek kritis apasaja yang akan dievaluasi.
2. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan mempertimbangkan dua jenis pernyataan pada setiap atribut, yaitu pernyataan *functional* (positif) dan *dysfunctional* (negatif). Kuesioner tersebut menggunakan skala *likert* dengan rentang jawaban 1-5.
3. Hasil dari pertanyaan yang telah disebarkan kepada responden tersebut selanjutnya dilakukan pengujian dengan menggunakan uji validitas dan reabilitas.
4. Kemudian melakukan klasifikasi jawaban dari responden berdasarkan tabel evaluasi kano seperti gambar 3.2 berikut:

	Customer Requirement	Dysfunctional				
		1.Like	2.must-be	3.neutral	4.live with	5.dislike
Functional	1. Like	Q	A	A	A	O
	2. must-be	R	I	I	I	M
	3. neutral	R	I	I	I	M
	4. live with	R	I	I	I	M
	5. dislike	R	R	R	R	Q

Gambar 3.2 Matrik Kano

Sumber: Penulis, 2025

Berdasarkan gambar 3.2 diatas, adapun keterangan seperti berikut:

A = *Attractive* (Menarik)

Like (Suka)

O = *One-dimensional* (Satu ukuran)

Must-be (Harus)

M = *Must-be* (Sudah seharusnya)

Neutral (Netral)

I = *Indifferent* (Netral)

Live with/tolerance (Toleransi)

R = *Reverse* (Terbalik)

Dislike (Tidak suka)

Q = *Question* (Dipertanyakan)

5. Setelah mendapatkan nilai/jumlah, selanjutnya melakukan penentuan kategori kano untuk seriap atribut dengan menggunakan metode *blauth's formula* sebagai berikut:

- a) Jika nilai dari (*Attractive + One Dimensional + Must Be*) lebih besar ($>$) dari nilai (*Reverse + Indifferent + Questionable*) maka *grade* yang dipilih adalah nilai yang paling maksimum/terbesar, antara (*Attractive + One Dimensional + Must Be*).
- b) Jika nilai dari (*Attractive + One Dimensional + Must Be*) lebih kecil ($<$) dari nilai (*Reverse + Indifferent + Questionable*) maka *grade* yang dipilih adalah nilai yang paling maksimum/terbesar, antara (*Indifferent, Reverse, Questionable*)
6. Menghitung nilai *better* dan *worse* digunakan untuk melakukan penyebaran atribut pada masing-masing kategori (*Attractive, One Dimensional, Must Be, dan indifferent*). Angka positif dari hasil perhitungan *better* menunjukkan seberapa besar kenaikan tingkat kepuasan pelanggan apabila atribut tersebut terpenuhi. Kemudian angka negatif dari perhitungan *worse* menunjukkan seberapa besar penurunan ketidakpuasan pelanggan jika atribut tersebut tidak terpenuhi. Rumus *better* dan *worse* sebagai berikut:
- $$better = \frac{(O + A)}{(A + M + O + I)} \quad (3.5)$$
- $$worse = - \frac{(O + M)}{(A + M + O + I)} \quad (3.6)$$
7. Rekomendasi perbaikan, penentuan prioritas perbaikan dalam metode kano adalah berusaha untuk memenuhi semua atribut *must-be* yang merupakan atribut terpenting dan harus terpenuhi, kemudian meningkatkan kinerja dalam kategori *one-dimentional*, dan memasukan atribut *attractive* sebagai nilai tambah dan berbeda dari kompetitor.