

BAB III

PROSEDUR PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan di PT Bank Syariah Mandiri KCP Jakarta Rawasari, dengan alamat Jl. Rawasari Selatan No.18 Blok C1 Jakarta Pusat. Penelitian ini direncanakan akan dilaksanakan \pm 3 bulan. Dari bulan Oktober sampai dengan bulan Desember 2014.

3.2. Strategi dan Metode Penelitian

Strategi yang digunakan pada saat melakukan penelitian adalah asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian-penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, tanpa mencoba untuk merubah atau mengadakan perlakuan terhadap variabel-variabel tersebut. Dalam penelitian ini, bertujuan untuk mengetahui hubungan antara harga, promosi dan kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah layanan Gadai PT Bank Syariah Mandiri KCP Jakarta Rawasari.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *ex post facto*, yaitu suatu penelitian yang dilakukan untuk meneliti suatu peristiwa yang telah terjadi. Metode ini dipilih dengan tujuan karakteristik penelitian ingin dicapai, yaitu untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara harga dan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

3.3. Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1. Populasi penelitian

Populasi adalah himpunan yang lengkap dari satuan-satuan atau individu-individu yang karakteristiknya ingin di ketahui (Anggoro,1999). Populasi dalam

penelitian ini adalah keseluruhan konsumen/nasabah gadai dari PT Bank Syariah Mandiri KCP Jakarta Rawasari periode bulan Januari sampai dengan Oktober 2014 yang berjumlah ± 400 nasabah.

3.3.2. Sampel Penelitian

Yang dimaksud dengan sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti, (Arikunto, 2002: 109). Penetapan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan solvin adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana:

N : besarnya populasi

n : besarnya sampel

e : tingkat kesalahan 3%.

Dengan rumus tersebut dapat dihitung ukuran sampel dari populasi sebesar 400 dengan mengambil tingkat kesalahan (e) = 3%, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{400}{1 + (400)(0.03)^2}$$

$$n = \frac{1,36}{294,11} \implies 294 \text{ Orang}$$

Pada proposal ini penulis mengambil sampel sebanyak 294 orang.

3.4. Instrument Pengumpul Data

Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel penelitian yaitu; Variabel bebas (Independent Variable) ialah variabel menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel terikat, dalam penelitian ini adalah harga (X_1), promosi (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3). Variabel terikat (Dependent Variable) ialah variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel bebas, dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (Y).

Adapun variabel beserta konsep dan subvariabelnya dapat dilihat pada table 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1

Instrument Variabel Harga

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Item
Harga (X_1)	Tingkat Harga	- Harga bersaing dengan kompetitor sejenis - Harga yang ditawarkan dinilai cukup wajar	1,2
	Potongan Harga	- Pemberian potongan biaya ujroh bila dilunasi sebelum jatuh tempo	3
	Waktu Pembayaran	- Jangka waktu pembayaran nasabah diberikan kelonggaran sampai dengan 3 hari dari jatuh tempo	4
	Syarat Pembayaran	- Syarat pembayaran mudah dan tidak mempersulit nasabah	5

Sumber: Swastha (2010)

Tabel 3.2

Instrument Variabel Promosi

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Item
Promosi (X₂)	Periklanan	- Media elektronik (Radio, Twitter, website) & Media cetak (Koran)	6
	Penjualan Perseorangan	- Ketersediaan Informasi	7
	Promosi Penjualan	- Pemberian Souvenir/Hadiah - Membuat program promosi berkala	8,9
	Hubungan Masyarakat	- Melakukan kegiatan pemasaran dengan baik ke masyarakat sekitar (sebar brosur kesekolah, puskesmas, kelurahan, masjid dll.	10
	Penjualan Langsung	- Penggunaan Brosur - Pembukaan Gerai - Presentasi	11,1 2,13

Sumber: Kotler dan Gary Armstrong (2001)

Tabel 3.3

Instrument Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Item
Kualitas Pelayanan (X₃)	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	<ul style="list-style-type: none"> - Kebersihan tempat - Kelengkapan peralatan - Kerapihan penampilan petugas - Kenyamanan tempat 	14,15, 16,17
	<i>Realibility</i> (Kehandalan)	<ul style="list-style-type: none"> - Kecepatan dalam memberikan pelayanan - Ketepatan dan keakuratan dalam penaksiran barang jaminan 	18,19
	<i>Assurance</i> (Jaminan)	<ul style="list-style-type: none"> - Pengetahuan petugas tentang produk - Keterampilan petugas - Keramahan Petugas - Kesopanan Petugas - Jaminan asuransi barang jaminan yang digadaikan 	20,21, 22,23, 24
	<i>Emphaty</i> (Kemudahan)	<ul style="list-style-type: none"> - Petugas memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah, dan peka terhadap keinginan nasabah 	25
	<i>Responsiveness</i> (daya tangkap)	<ul style="list-style-type: none"> - Kemampuan petugas dalam menjelaskan produk - Menangani keluhan nasabah dengan sigap 	26,27

Sumber: Freddy Rangkuti (2002)

Tabel 3.4

Instrument Kepuasan Nasabah

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Item
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kualitas produk	- Produk yang ditawarkan berkualitas dan bermanfaat	28
	Kualitas pelayanan	- Kualitas pelayanan karyawannya baik, sopan dan ramah dalam melayani nasabah	29
	Emosional	- Membangun hubungan emosional yang baik dengan nasabah	30
	Harga	- Harga yang ditawarkan relatif murah dan bersaing dengan kompetitor sejenis	31
	Biaya	- Biaya yang ditawarkan rendah	32

Sumber: Lupiyoadi (2001)

3.5. Jenis dan Sumber Data

Untuk menyusun proposal ini, prosedur yang akan digunakan dalam pengumpulan dan pengolahan data adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Menurut Sunyoto (2011) data primer merupakan data yang di dapat dari sumber pertama baik dari individu maupun perseorangan. Jadi data primer adalah data yang di peroleh secara langsung dari sumbernya, di amati dan di catat untuk pertama kalinya.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bukan di usahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti. Data sekunder di peroleh dari berbagai bahan pustaka, baik berupa buku, jurnal-jurnal dan dokumen lainnya yang ada hubungannya dengan materi kajian.

3.6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan dan pengolahan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian kepustakaan (*library research*).

Penelitian kepustakaan merupakan usaha untuk mendapatkan gambaran dari masalah pokok peneltian terutama mengenai objek yang menjadi pokok pembahasan Studi Kepustakaan. Studi ini dilakukan dengan mengadakan tinjauan terhadap beberapa literatur yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

2. Observasi

Merupakan kegiatan pencatatan secara langsung terhadap kegiatan perusahaan yang terjadi selama penelitian berlangsung.

3. Kuesioner

Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan dijawab oleh responden dan disajikan dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas (Uma Sekaran, 2006). Jawaban dari pertanyaan-pertanyaan tersebut dilakukan sendiri oleh responden tanpa bantuan dari pihak peneliti. Pertanyaan yang di ajukan pada responden harus jelas dan tidak meragukan responden. Dengan melakukan penyebaran kuesioner responden untuk mengukur persepsi responden digunakan Skala Likert (Sugiyono, 2004). Pertanyaan dalam kuesioner di buat dengan menggunakan skala 1-5 untuk mewakili pendapat dari responden. Nilai untuk skala tersebut adalah :

- a. Sangat Tidak Setuju : 1
- b. Tidak Setuju : 2
- c. Netral : 3
- d. Setuju : 4
- e. Sangat setuju : 5

3.6.1. Uji Validitas Instrument

Instrument penelitian perlu diuji validitas. Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevaliditan suatu instrument. Instrument yang dicoba kepada 294 nasabah atau responden layanan gadai PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jakarta Rawasari sebagai sample penelitian.

Dengan menggunakan instrument yang valid dalam pengumpulan data maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid. Pengujian ini menggunakan metode korelasi sederhana dengan cara mengkorelasikan antara skor tiap-tiap pertanyaan

dengan skor total seluruh pertanyaan. Instrument pertanyaan akan dinyatakan valid apabila mempunyai hasil yang besarnya lebih dari 0,30.

3.6.2. Uji Realibilitas Instrument

Instrument dapat dikatakan reliable apabila digunakan berapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Instrument penelitian dikatakan reliable jika nilai r_i sebesar 0,30 atau lebih. Pengujian realibilitas instrument dilakukan dengan teknik belah dua (split half) yang dianalisis menggunakan rumus spearman brown sebagai berikut :

$$r_i = \frac{2.r_b}{1+r_b}$$

Ket:

r_i = realibilitas seluruh instrument

r_b = koefisien korelasi sederhana

3.7. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini metode analisis data yang digunakan adalah metode korelasi sederhana tetapi sebelumnya data diolah menggunakan komputer (spss ver.17.0 dan ms excel).

3.7.1. Analisis Statistik Data

1. Analisis Koefisien Korelasi Parsial

Analisis korelasi parsial yaitu alat analisis dihitung untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas tertentu dan variabel terikat dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.

a. Korelasi parsial antara X_1 dengan Y (X_2, X_3 konstan)

$$r_{Y1.23} = \frac{r_{Y1} - (r_{Y2} \cdot r_{Y3} \cdot r_{123})}{\sqrt{(1 - (r_{Y2})^2)(1 - (r_{Y3})^2)(1 - (r_{123})^2)}}$$

b. Korelasi parsial antara X_2 dengan Y (X_1, X_3 konstan)

$$r_{Y2.13} = \frac{r_{Y2} - (r_{Y1} \cdot r_{Y3} \cdot r_{123})}{\sqrt{(1 - (r_{Y1})^2)(1 - (r_{Y3})^2)(1 - (r_{123})^2)}}$$

c. Korelasi parsial antara X_3 dengan Y (X_1, X_2 konstan)

$$r_{Y3.12} = \frac{r_{Y3} - (r_{Y1} \cdot r_{Y2} \cdot r_{123})}{\sqrt{(1 - (r_{Y1})^2)(1 - (r_{Y2})^2)(1 - (r_{123})^2)}}$$

Keterangan :

r_{Y1} = koefisien korelasi sederhana antara X_1 dengan Y

$$= \frac{\sum x_{1i} y_i}{\sqrt{\sum x_{1i}^2} \sqrt{\sum y_i^2}}$$

r_{Y2} = koefisien korelasi sederhana antara X_2 dengan Y

$$= \frac{\sum x_{2i} y_i}{\sqrt{\sum x_{2i}^2} \sqrt{\sum y_i^2}}$$

r_{Y3} = koefisien korelasi sederhana antara X_3 dengan Y

$$= \frac{\sum x_{3i} y_i}{\sqrt{\sum x_{3i}^2} \sqrt{\sum y_i^2}}$$

r_{123} = koefisien korelasi sederhana antara dengan X_1, X_2, X_3

dengan Y

$$= \frac{\sum x_{1i} x_{2i} x_{3i}}{\sqrt{\sum x_{1i}^2} \sqrt{\sum x_{2i}^2} \sqrt{\sum x_{3i}^2}}$$

$$x_{1i} = X_{1i} - \overline{X_1}$$

= selisih skor variabel Harga butir i (X_{1i}) dengan rata-rata skor variabel Harga ($\overline{X_1}$)

$$x_{2i} = X_{2i} - \overline{X_2}$$

= selisih skor variabel Promosi butir i (X_{2i}) dengan rata-rata skor variabel Promosi ($\overline{X_2}$)

$$x_{3i} = X_{3i} - \overline{X_3}$$

= selisih skor variabel Kualitas Pelayanan butir i (X_{3i}) dengan rata-rata skor variabel Kualitas Pelayanan ($\overline{X_3}$)

$$y_i = Y_i - \overline{Y}$$

= selisih skor variabel Kepuasan Nasabah butir i (Y_i) dengan rata-rata skor variabel Kepuasan Nasabah (\overline{Y})

$$\overline{X_1} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_{1i}$$

= rata-rata skor variabel Harga (X_1)

$$\overline{X_2} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_{2i}$$

= rata-rata skor variabel Promosi (X_2)

$$\overline{X_3} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_{3i}$$

= rata-rata skor variabel Kualitas Pelayanan (X_3)

$$\overline{Y} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n Y_i$$

= rata-rata skor variabel Kepuasan Nasabah (Y)

- X_1 = Harga
- X_2 = Promosi
- X_3 = Kualitas Pelayanan
- Y = Kepuasan Nasabah

2. Analisis korelasi berganda

Analisis korelasi berganda yaitu suatu metode yang digunakan untuk mencari hubungan antara dua variabel bebas atau lebih yang secara bersama-sama dihubungkan dengan variabel terikatnya. Sehingga dapat diketahui besarnya sumbangan seluruh variabel bebas yang menjadi obyek penelitian terhadap variabel terikatnya.

Dimana analisis ini untuk menganalisis hubungan harga, promosi dan kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah, menggunakan rumus:

$$R_{yx_1x_2} = \sqrt{\frac{r_{yx_1}^2 + r_{yx_2}^2 + r_{yx_3}^2 - 2(r_{y_1 y_2} r_{y_2 y_3})}{1 - (r_{123}^2)}}$$

Nilai koefisien korelasi berkisar dari -1 sampai 1. Interpretasi nilai r sebagai berikut :

1. Jika $r = -1$ atau mendekati -1, maka terdapat hubungan negatif yang kuat dan sempurna atau relatif kuat antara variabel X dan variabel Y.
2. Jika $r = 1$ atau mendekati 1, maka terdapat hubungan positif yang kuat atau sempurna atau relatif kuat antara variabel X dan variabel Y.
3. Jika $r = 0$ atau mendekati 0, maka tidak ada hubungan atau mempunyai hubungan relatif lemah antara variabel X dan variabel Y.

Tabel 3.5.

Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien (nilai mutlak)	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,200	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2002)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara harga dengan kepuasan nasabah (hipotesis1), mengetahui hubungan antara promosi dengan kepuasan nasabah (hipotesis 2), dan untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah (hipotesis 3). Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis korelasi *product moment* dari *pearson* dengan rumus sebagai berikut :

Rumus korelasi:

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

(Suharsini Arikunto,2006:170)

Keterangan:

R_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y

N = Jumlah responden

ΣXY = Jumlah perkalian antara X dan Y

ΣX = Jumlah nilai X

ΣY = Jumlah nilai Y

ΣX^2 = Jumlah kuadrat dari X

ΣY^2 = Jumlah kuadrat dari Y

Teknik analisis untuk menguji hipotesis pertama, kedua dan ketiga menggunakan bantuan program *SPSS*. Untuk menguji signifikansi korelasi yaitu harga R hitung dikonsultasikan dengan r tabel dengan taraf signifikansi 5%.

Pedoman yang digunakan sebagai berikut :

Jika rhitung sama dengan atau lebih besar rtabel ($\text{rhitung} \geq \text{rtabel}$), maka korelasi antara variabel bebas dengan variabel terikat signifikan. Jika rhitung lebih kecil dari rtabel ($\text{rhitung} < \text{rtabel}$), maka korelasi antara variabel bebas dengan variabel terikat tidak signifikan.

3.7.2. Uji hipotesis

3.7.2.1. Uji hipotesis statistik t

Pengujian hipotesis terhadap ρ digunakan untuk memeriksa hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial dan simultan. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah ;

1. Pengujian hipotesis secara parsial

Langkah-langkah pengujian hipotesis secara parsial, sebagai berikut ;

Merumuskan hipotesis

a. Hubungan antara X_1 dengan Y

$H_o : \rho_1 \leq 0$ Secara parsial tidak terdapat hubungan positif antara harga dengan kepuasan nasabah

$H_a : \rho_1 > 0$ Secara parsial terdapat hubungan positif antara harga dengan kepuasan nasabah

b. Hubungan antara X_2 dengan Y

$H_o : \rho_2 \leq 0$ Secara parsial tidak terdapat hubungan positif antara promosi dengan kepuasan nasabah .

$H_a : \rho_2 > 0$ Secara parsial terdapat hubungan positif antara antara promosi dengan kepuasan nasabah .

c. Hubungan antara X_3 dengan Y

$H_o : \rho_3 \leq 0$ Secara parsial tidak terdapat hubungan positif antara kualitas Pelayanan dengan kepuasan nasabah

$H_a : \rho_3 > 0$ Secara parsial terdapat hubungan positif antara kualitas Pelayanan dengan kepuasan nasabah

Untuk menguji hubungan variabel bebas tertentu dengan variabel terikat secara parsial dilihat dari nilai P – value dibandingkan dengan α (5% = 0,05) dengan kriteria :

H_o ditolak, jika P – value > 0,05

H_o diterima, jika P – value \leq 0,05

2. Pengujian Stimulan

Langkah-langkah pengujian hipotesis secara simultan, sebagai berikut
Merumuskan hipotesis

$H_o : \rho \leq 0$ tidak terdapat hubungan positif secara simultan antara Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan dan keputusan menggunakan Produk

$H_a : \rho > 0$ terdapat hubungan positif secara simultan antara Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan dan keputusan menggunakan Produk

Untuk menguji hubungan semua variabel bebas dengan variabel variabel terikat secara simultan digunakan nilai *significance* F dibandingkan dengan α (5% = 0,05) dengan kriteria :

H_o ditolak, jika *significance* F > 0,05

H_o diterima, jika *significance* F \leq 0,05