

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### 1.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Balai Lelang PT. Sinar Karya Lelang yang berlokasi di Jl. Raden Inten II No.13, Duren Sawit, Kota Jakarta Timur, sedangkan waktu penelitian dilakukan pada bulan Maret 2023 – Agustus 2023.

**Tabel 3.1 Waktu Penelitian**

No	Kegiatan	Mar				Apr				Mei				Juni				Juli				Agust				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1.	Observasi Awal	■	■																							
2.	Pengajuan Izin Penelitian			■	■																					
3.	Persiapan Instrumen Penelitian					■	■																			
4.	Pengumpulan Data							■	■																	
5.	Pengolahan Data									■	■															
6.	Analisis dan Evaluasi											■	■	■												
7.	Penulisan Laporan													■	■	■	■	■	■	■	■					
8.	Seminar Hasil Penelitian																					■	■	■	■	

*Sumber penelitian 2023*

### 3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian Deskriptif Kualitatif dengan menggunakan metode Servqual. Dalam penelitian ini, pengambilan dan perolehan data primer dilakukan di balai lelang PT. Sinar Karya Lelang yang berlokasi di Jakarta Timur.

### 3.3 Populasi dan Sampel Populasi

#### 3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017), menjelaskan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu sesuai harapan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Adapun menurut Ismayani (2019), Populasi adalah semua unit darimana sampel dipilih. Mengacu

pada pengertian diatas, penulis menetapkan populasi dalam penelitian ini adalah konsumen atau pelanggan di balai lelang PT Sinar Karya Lelang yang berdomisili di Jabodetabek.

### **3.3.2 Sampel**

Menurut Sugiyono (2017), Sampel diartikan sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Menurut Arikunto (2006), Sampel adalah sebagai bagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Menurut Gulo Sampel merupakan himpunan bagian atau subset dari suatu populasi. Dengan demikian, jumlah sampel adalah 30 orang pelanggan atau konsumen yang memakai jasa di balai lelang PT. Sinar Karya Lelang Jakarta Timur.

### **3.4 Tehnik Pengumpulan Data**

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari konsumen berupa jawaban dari pertanyaan dalam kuisisioner kepada pelanggan perusahaan tersebut. Untuk membuat kuisisioner dilakukan penelitian awal dengan menanyakan langsung kepada konsumen atau pihak perusahaan tentang kepentingan yang belum dipenuhi oleh perusahaan. Setelah mendapat data-data awal, maka kuisisioner dapat dibuat. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari data yang telah dikumpulkan atau diteliti oleh pihak yang berkaitan dengan masalah. Pada penelitian ini pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisisioner. Responden yang dijadikan subjek dalam penelitian ini adalah konsumen atau pelanggan pada balai lelang PT.Sinar Karya Lelang yang ada di daerah Jabodetabek.

Jenis pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling, sebab jenis sampling tersebut dapat mengemukakan berbagai macam kemungkinan untuk memilih objek-objek atau individu-individu yang akan dijadikan sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik sampling pertimbangan (*Judgement Sampling*), karena sampel yang akan diambil dari anggota populasi dipilih sekehendak hati oleh peneliti menurut pertimbangan dan intuisi peneliti. Jadi sampel yang diambil berdasarkan pertimbangan bahwa sampel tersebut membantu dalam penelitian ini. Langkah pertama yang dikerjakan sebelum dilakukan pengambilan data secara keseluruhan, adalah pengambilan data pendahuluan.. Hal ini dikerjakan sebelum butir-

butir pertanyaan dalam kuisioner disebar kepada para responden Untuk kegiatan pengambilan data pendahuluan, peneliti menyebarkan sebanyak 30 lembar kuisioner kepada 30 responden. Penyebaran dilakukan dari tanggal 15 Mei 2023 s.d 15 Juni 2023.

### **3.5 Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data hasil wawancara, observasi dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data dan memilih mana yang penting serta mana yang perlu dipelajari serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami (Sugiyono, 2007: 333-345). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif yang digunakan peneliti sebagaimana yang dikemukakan Miles dan Hubberman (Sugiyono, 2007: 204) yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan. Langkah-langkah tersebut sebagi berikut.

a. Reduksi data

Reduksi data merupakan penyerderhanaan yang dilakukan melalui seleksi, pemfokusan dan keabsahan data mentah menjadi informasi yang bermakna, sehingga memudahkan penarikan kesimpulan.

b. Penyajian data

Penyajian data yang sering digunakan pada data kualitatif adalah bentuk naratif. Penyajian-penyajian data berupa sekumpulan informasi yang tersusun secara sistematis dan mudah dipahami.

c. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dalam analisis data yang dilakukan melihat hasil reduksi data tetap mengaju pada rumusan masalah secara tujuan yang hendak dicapai. Data yang telah disusun dibandingkan antara satu dengan yang lain untuk ditarik kesimpulan sebagai jawaban dari permasalahan yang ada

Pada penelitian ini menggunakan metode *Service Quality* (Servqual), Model SERVQUAL dikenal juga dengan istilah GAP, “GAP” memiliki arti kesenjangan, pada umumnya analisis ini digunakan untuk membandingkan kinerja actual dengan potensial.

Selain itu GAP analysis juga digunakan untuk mengidentifikasi, apakah sistem yang berjalan di suatu perusahaan sudah berjalan sesuai kebutuhan perusahaan atau belum, dengan demikian atribut kualitas pelayanan tersebut diturunkan ke dalam lima dimensi pelayanan seperti yang dimodelkan oleh Parasuraman, dkk. Yaitu: *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty*. Dari hasil identifikasi terhadap atribut-atribut pelayanan jasa yang telah diperoleh, selanjutnya atribut-atribut tersebut dikelompokkan ke dalam lima dimensi servqual.

Nilai Gap (tingkat kesenjangan antara ekspektasi dan realita ) dihitung dengan rumus:

$$SQ_i = x_i - y_i$$

Dengan:  $SQ_i$  = Nilai Gap atribut ke-i

$x_i$  = Nilai rata-rata kenyataan atribut ke-i

$y_i$  = Nilai rata-rata harapan atribut ke-i 3

Pengelompokkan atribut-atribut tersebut disajikan pada Tabel 3.2

**Tabel 3.2 Dimensi dan Atribut Kualitas Pelayanan**

No	Dimensi	Atribut Kualitas Layanan
1	Tangible	Lokasi kantor strategis dan mudah ditemukan
2		Kenyamanan/kebersihan fasilitas, ruang tunggu, Konsultasi dan ruang parkir.
3		Memiliki layanan jasa yang diperlukan.
4		Kerapihan dan kebersihan penampilan marketing.
5		Pengaturan udara dan pencahayaan yang baik.
6	Reliability	Ketepatan waktu marketing
7		Penanganan yang diberikan marketing kepada konsumen atau pelanggan
8		Kemampuan marketing dalam menganalisa serta memberikan pelayanan terhadap konsumen atau pelanggan
9	Responsiveness	Kecekatan penanganan kepada konsumen atau pelanggan
10		Kesigapan marketing dalam memberikan pelayanan kepada

		konsumen atau pelanggan
11		Kemudahan pada saat melakukan verifikasi
12		Kesediaan marketing dalam memberikan saran Saat dibutuhkan
13	Assurance	Reputasi dan prestasi Balai Lelang PT.Sinar Karya Lelang
14		Kelengkapan pelayanan jasa tersedia
15		Kemudahan/kepraktisan prosedur administrasi
16		Mahir dalam segala bentuk layanan yang tersedia
17	Emphaty	Kesabaran marketing dalam menghadapi keluhan konsumen atau pelanggan
18		Keramahan Marketing
19		Keingina Pihak Balai Lelang PT.Sinar Karya Lelang dalam menerima kritik dan saran

*Sumber penelitian 2023*