

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Pada dasarnya metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2012: 2). Dalam penelitian ini dilakukan dalam metode kuantitatif dimana data penelitian diperoleh berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Bentuk penelitian yang akan digunakan yaitu berdasarkan pendekatan kausal (*causal research*) yaitu jenis penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih yang meliputi variabel independen dan variabel dependen, dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Batam Star.

3.2. Operasional Penelitian

Operasional penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel, baik secara parsial, simultan ataupun tidak berpengaruh sama sekali kepada objek yang diteliti. Yang dimaksud dengan variabel penelitian adalah suatu atribut, sifat, aspek, gejala yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, dan diambil kesimpulannya (Darmadi, 2011: 21).

3.2.1. Variabel Terikat

Variabel terikat atau sering dikenal dengan nama variabel dependen, yang merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012: 39).

Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan. Menurut Caruna et., al (2000) dalam Alman, Sudarmanto & Wekke (2018: 27) mengemukakan item indikator kepuasan sebagai berikut

- a. Harapan
- b. Prestasi
- c. Ketidaksesuaian
- d. Kepuasan

3.2.2. Variabel Bebas

Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2012: 39). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan (X_1)

Menurut Zeithaml et. al. (1990) yang dikutip oleh Budi (2013: 49) kualitas pelayanan terdapat indikator sebagai berikut:

- a. *Tangible*
- b. *Reliability*
- c. *Responsiveness*
- d. *Assurance*

e. *Emphaty*

2. Promosi (X_2)

Menurut Kotler dan Keller dalam Alma (2018: 184) indikator-indikator promosi diketahui sebagai berikut:

- a. *Advertising* (Periklanan)
- b. *Sales promotion* (Promosi penjualan)
- c. *Public relation* (Hubungan masyarakat)
- d. *Personal selling* (Penjualan personal)

3. Harga (X_3)

Menurut Chandra (2000) dalam Tjiptono (2014: 194) adapun indikator-indikator harga adalah sebagai berikut:

- a. Harga merupakan pernyataan nilai
- b. Harga merupakan aspek yang tampak jelas
- c. Harga bersifat fleksibel
- d. Harga mempengaruhi citra dan strategi *positioning*

Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Pernyataan	Skala
Kualitas Pelayanan	Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk	1. <i>Tangible</i>	X1.1a	<i>Likert</i>
			X1.1b	<i>Likert</i>
		2. <i>Reliability</i>	X1.2a	<i>Likert</i>
			X1.2b	<i>Likert</i>

	memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. (Kotler & Keller, 2009: 169)	3. <i>Responsiveness</i>	X1.3a	<i>Likert</i>
			X1.3b	<i>Likert</i>
		4. <i>Assurance</i>	X1.4a	<i>Likert</i>
			X1.4b	<i>Likert</i>
		5. <i>Emphaty</i>	X1.5a	<i>Likert</i>
X1.5b	<i>Likert</i>			
Promosi	Promosi adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, atau mengingatkan sasaran pasar atau perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal kepada produk yang ditawarkan perusahaan tersebut. (Malau, 2017: 103)	1. <i>Advertising</i>	X2.1a	<i>Likert</i>
			X2.1b	<i>Likert</i>
		2. <i>Sales promotion</i>	X2.2a	<i>Likert</i>
			X2.2b	<i>Likert</i>
3. <i>Public relation</i>	X2.3a	<i>Likert</i>		
4. <i>Personal selling</i>	X2.4a	<i>Likert</i>		
Harga	Harga merupakan suatu besaran (uang) yang harus disiapkan oleh pelanggan yang ingin mendapatkan barang/jasa. (Suhardi, 2018: 285)	1. Harga merupakan pernyataan nilai	X3.1a	<i>Likert</i>
			X3.1b	<i>Likert</i>
		2. Harga merupakan aspek yang tampak jelas	X3.2a	<i>Likert</i>
		3. Harga bersifat fleksibel	X3.3a	<i>Likert</i>
4. Harga mempengaruhi citra dan strategi <i>Positioning</i>	X3.4a	<i>Likert</i>		
Kepuasan Pelanggan	Kepuasan pelanggan adalah sebuah perbandingan antara harapan atau ekspektasi sebelum pembelian dan persepsi terhadap kinerja setelah pembelian. (Tjiptono, 2017: 76)	1. Harapan	Y.1a	<i>Likert</i>
		2. Prestasi	Y.2a	<i>Likert</i>
		3. Ketidaksesuaian	Y.3a	<i>Likert</i>
		4. Kepuasan	Y.4a	<i>Likert</i>

Sumber: Peneliti, 2018

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah rata-rata dari semua tamu atau pelanggan yang pernah menginap pada Hotel Batam Star periode 2017.

Tabel 3.2 Populasi Pelanggan

Tahun 2017	
Bulan	Jumlah Pelanggan
Januari	255
Februari	200
Maret	238
April	265
Mei	195
Juni	204
Juli	239
Agustus	257
September	190
Oktober	213
November	220
Desember	285
Total Pelanggan	2761
Rata-rata	230

Sumber: Manajemen Hotel Batam Star, 2018

3.3.2. Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan *nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2012: 84). Sedangkan penentuan pengambilan jumlah responden (sample) dilakukan melalui teknik *Purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik yang dilakukan dengan mengambil orang-orang yang terpilih betul oleh peneliti menurut ciri-ciri khusus yang dimiliki oleh sampel itu.

Misalnya orang mempunyai jenis kelamin tertentu, pekerjaan tertentu, pendidikan terakhir tertentu, dan sebagainya. (Soeratno & Arsyad, 2008: 112).

Pada penelitian ini, teknik pembatasan jumlah sampel menggunakan rumus slovin. Untuk perhitungan sampel menggunakan rumus Slovin dapat dicari sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \quad \text{Rumus 3.1 Slovin}$$

Keterangan:

- n = Ukuran sampel
- N = Ukuran populasi
- e = tingkat kesalahan (5%)

Dalam penelitian ini jumlah populasi ditentukan sebanyak 230 orang. Namun dalam penelitian ini diambil tingkat kesalahan pengambilan sampel 5% untuk menjaga representatif dari sampel penelitian, maka diperoleh:

$$\begin{aligned} n &= \frac{230}{1 + 230 (0,05)^2} \\ &= 146,0317460317 \end{aligned}$$

Untuk keperluan penelitian, maka sampel dalam penelitian ini adalah sebesar 146 orang dengan membulatkan jumlah nilai hitung dari rumus Slovin di atas.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Data adalah sekumpulan informasi. Dalam pengertian yang lain pengumpulan data yang dimaksudkan adalah data mentah yaitu data yang baru

dikumpulkan dan belum pernah mengalami proses pengolahan apapun, misalkan data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dari jawaban kuesioner para responden yang semuanya harus disortir dalam rangka menentukan, sekaligus mengelompokkan data-data yang benar-benar sesuai dengan kriteria data penelitian (Sunyoto, 2013: 1). Berdasarkan pengertian diatas, metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu wawancara, kuesioner (angket), observasi.

1. Wawancara

Wawancara merupakan metode yang digunakan untuk memperoleh informasi secara langsung, mendalam, tidak terstruktur, dan individual (Sunyoto, 2013: 59).

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2012: 142).

Dalam penelitian ini, alat ukur yang digunakan kuesioner ini berupa skala *likert*. Skala *likert* merupakan alat dalam 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 (Sugiyono, 2012: 93).

Tabel 3.3 Skoring Jawaban pada Kuesioner

Penilaian	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Sugiyono, (2012: 94)

3. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain (Sugiyono, 2012: 145).

3.5 Metode Analisis Data

Teknik analisis data adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dalam rangka memecahkan masalah atau menguji hipotesis. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kuantitatif, yaitu suatu analisis yang digunakan melalui suatu pengukuran yang berupa angka-angka dengan menggunakan metode statistik. Dalam penelitian ini, analisis data diolah dengan bantuan program perangkat lunak *SPSS (Statistical Package for Social Sciences)* versi 20.

3.5.1 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2012: 147).

Dalam penelitian ini, analisis data yang digunakan berdasarkan uraian hasil jawaban dari kuesioner yang telah dibagikan kepada konsumen yang menginap di Hotel Batam Star, yang hasilnya akan diolah dengan statistik deskriptif berdasarkan data responden.

Rumus yang digunakan untuk mengukur rentang skala adalah (Umar, 2009: 164):

$$RS = \frac{n(m-1)}{m} \quad \text{Rumus 3.2 Rentang Skala}$$

Keterangan:

RS = Rentang skala

n = Jumlah sampel

m = Jumlah alternatif jawaban tiap item

Untuk mencari rentang skala, terlebih dahulu ditentukan skor terendah dan skor tertinggi. Sampel yang digunakan berjumlah 146 responden dan banyaknya alternatif jawaban berjumlah 5. Berdasarkan rumus rentang skala tersebut, maka diperoleh rentang skala tiap kriteria adalah:

$$\begin{aligned} n &= \frac{146(5-1)}{5} \\ &= 116,8 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan rentang skala diperoleh selanjutnya dikontribusikan dalam tabel 3.4 dibawah ini:

Tabel 3.4 Rentang Skala

Rentang Skala	Kriteria
146 – 262,8	Sangat Tidak Setuju
262,9 – 379,7	Tidak Setuju
379,8 – 496,6	Netral
496,7 – 613,5	Setuju
613,6 - 730	Sangat Setuju

Sumber: Peneliti, 2018

3.5.2. Uji Kualitas Data

Sebelum menganalisis dan menginterpretasi terlebih dahulu harus dilakukan uji kualitas data yang terbagi menjadi 2 (dua) yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

3.5.2.1. Uji Validitas

Menurut Azwar (1999) uji validitas adalah pengujian yang dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur itu mampu mengukur apa yang ingin diukur. Validitas menunjukkan sejauh mana perbedaan yang didapatkan melalui alat pengukur mencerminkan perbedaan yang sesungguhnya di antara responden yang diteliti.

Dalam menentukan kelayakan dan tidaknya suatu item yang akan digunakan biasanya dilakukan uji signifikan koefisien korelasi pada taraf 0.5. Artinya suatu item dianggap memiliki tingkat kevaliditas jika memiliki korelasi signifikan terhadap skor total item (Wibowo, 2012: 35).

Tabel 3.5 Range Validitas

Internal Koefisien Korerasi	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup Kuat
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

Sumber: Wibowo (2012: 36)

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Program *software* SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) versi 20. Untuk pengujian instrumen pengumpulan data berupa uji validitas dengan menggunakan pengujian validitas yang paling umum yaitu penggunaan korerasi *Pearson Product Moment*.

3.5.2.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Reliabilitas juga dapat berarti indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukuran dapat dipercaya atau tidak.

Tingkat reliabilitas suatu kriteria dapat dilihat dari metode *Cronbach's Alpha*. Kriteria diterima dan tidaknya dapat dilihat dengan menggunakan nilai batasan penentu, misalnya 0,6. Nilai yang kurang dari 0,6 dianggap memiliki reliabilitas yang kurang, sedangkan nilai 0,7 dapat diterima dan nilai diatas 0,8 dianggap baik (Wibowo, 2012: 52).

Tabel 3.6 Indeks Koefisien Reliabilitas

Nilai Interval	Kriteria
< 0,20	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,4 – 0,599	Cukup
0,6 – 0,799	Tinggi
0,8 – 1,00	Sangat tinggi

Sumber : Wibowo (2012: 53)

3.5.3. Uji Asumsi Klasik

Sebelum menganalisis dan menginterpretasi terlebih dahulu harus dilakukan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui berapa banyak variabel-variabel yang digunakan, yang terdiri dari Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas dan Uji Heteroskedastisitas.

3.5.3.1. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan guna mengetahui apakah nilai residu (perbedaan yang ada) yang diteliti memiliki distribusi normal atau tidak normal. Nilai residu yang berdistribusi normal akan membentuk suatu kurva yang digambarkan dalam bentuk lonceng, *bell-shaped-curve*.

Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan *Histogram Regression Residual* yang sudah distandarkan dan juga menggunakan Nilai Kolmogorov-Smirnov. Kurva nilai Residual terstandarisasi dikatakan normal jika: Nilai *Probability Sig* (2 tailed) > α ; sig > 0,05 (Wibowo, 2012: 61).

3.5.3.2.Uji Multikolinearitas

Di dalam persamaan regresi tidak boleh terjadi multikolinearitas, maksudnya tidak boleh ada korelasi atau hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna antara variabel bebas yang membentuk persamaan tersebut. jika pada model persamaan tersebut terjadi gejala multikolinearitas itu berarti sesama variabel bebasnya terjadi korerasi.

Gejala multikolinearitas dapat diketahui melalui suatu uji yang dapat mendeteksi dan menguji apakah persamaan yang dibentuk terjadi multikolinearitas. Salah satu cara untuk mendeteksi gejala mutikolinearitas adalah dengan menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF).

Menurut Algifari (2000) jika nilai VIF kurang dari 10, itu menunjukkan model tidak terdapat gejala multikolinearitas, artinya tidak terdapat hubungan antara variabel bebas.

Metode lain yang dapat digunakan adalah dengan mengorelasikan antar variabel bebasnya, bila nilai koefisien korelasi antar variabel bebasnya tidak lebih besar dari 0,5 maka dapat ditarik kesimpulan model persamaan tersebut tidak mengandung multikolinearitas (Wibowo, 2012: 87).

3.5.3.3.Uji Heteroskedastisitas

Suatu model dikatakan memiliki masalah heteroskedastisitas itu berarti terdapat adanya varian variabel dalam model yang tidak sama. Gejala ini dapat pula diartikan bahwa dalam model terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada

pengamatan model regresi tersebut. Uji heteroskedastisitas diperlukan untuk menguji ada tidaknya gejala ini (Wibowo, 2012: 93).

Untuk mengetahui apakah terjadi heteroskedastisitas dalam suatu pengujian, dapat diketahui dari nilai signifikansinya. Jika nilai signifikansi (sig) < 0,05, maka dalam model tersebut terjadi heteroskedastisitas.

Terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi jika titik-titik dalam *scatterplot* membentuk pola-pola tertentu atau berkumpul di satu sisi atau dekat nilai 0 pada sumbu Y pada kurva yang dihasilkan saat kita menggambar kurva dengan menggunakan SPSS. Jika titik-titik data menyebar secara tidak beraturan, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Sarwono, 2013: 19).

3.5.4. Uji Pengaruh

3.5.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda digunakan untuk mengetahui seberapa pengaruh *independent variable* (variabel bebas) terhadap *dependent variable* (variabel terikat) dengan formulasi regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n$$

Rumus 3.3 Regresi Linear Berganda

Keterangan:

- Y = variabel dependen (Kepuasan pelanggan)
- a = nilai konstanta
- b = nilai koefisien regresi
- X₁ = variabel independen pertama (kualitas pelayanan)
- X₂ = variabel independen kedua (promosi)
- X₃ = variabel independen ketiga (harga)
- X_n = variabel independen ke-n

Sumber: Wibowo (2012: 127)

3.6. Uji Hipotesis

3.6.1. Uji Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis Uji t digunakan untuk menguji pengaruh dari setiap variabel independen (X_1 , X_2 dan X_3) secara parsial (terpisah) terhadap variabel dependen (Y). Menentukan kriteria pengujian hipotesis penelitian, sebagai berikut:

- a. Hipotesis diterima jika $t_{signifikan} < 0,05$
- b. Hipotesis ditolak jika $t_{signifikan} > 0,05$

3.6.2. Uji Simultan (Uji F)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh yang sama terhadap variabel dependen.

- a. Jika Hipotesis nol (H_0) diterima dan Hipotesis alternatif (H_a) ditolak maka: artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas (X_1 , X_2 dan X_3) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y).
- b. Jika Hipotesis alternatif (H_a) diterima dan Hipotesis nol (H_0) ditolak maka: artinya ada pengaruh antara variabel bebas (X_1 , X_2 dan X_3) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y).

3.6.3. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

3.6.3.1. Koefisien Determinasi Secara Simultan

Analisis ini digunakan untuk mengetahui jumlah atau persentase sumbangan pengaruh variabel bebas dalam model regresi yang secara serentak

atau bersama-sama memberikan pengaruh terhadap variabel terikat. Jadi koefisien angka yang ditunjukkan memperlihatkan sejauh mana model yang terbentuk dapat menjelaskan kondisi yang sebenarnya. Koefisien tersebut dapat diartikan sebagai besaran proporsi atau persentase keragaman Y (variabel terikat) yang diterangkan oleh X (variabel bebas). Secara singkat koefisien tersebut untuk mengukur besar sumbangan dari variabel X (bebas) terhadap keragaman variabel Y (terikat) (Wibowo, 2012: 135).

3.6.3.2. Koefisien Determinasi Secara Parsial

Koefisien determinasi secara parsial untuk mengetahui persentase pada masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Besaran koefisien determinasi secara parsial variabel bebas (X_1, X_2, X_3) terhadap variabel terikat (Y) dapat diketahui dari kuadrat *partial correlation* dari tabel *coefficient*.

3.7. Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.7.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini akan dilakukan di Hotel Batam Star tepatnya pada Kompleks Nagoya Square Blok C 64-68, Kota Batam.

3.7.2. Jadwal Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini akan dilaksanakan dalam waktu terhitung dari bulan September 2018 sampai dengan bulan Februari 2019 dengan alokasi sebagai berikut:

Tabel 3.7 Jadwal Penelitian

Keterangan	September	Oktober	November	Desember	Januari	Februari
Pengajuan judul						
Bab I						
Bab II						
Bab III						
Kuesioner						
Mengolah data						
Bab VI						
Bab V						
Daftar Pustaka						
Daftar Isi						
Abstrak						
Lampiran						
Penyerahan hasil penelitian						