

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

*Design* dalam penelitian merupakan merencanakan cara menghimpunkan data serta menguraikan data agar bisa meneliti secara keserasisan beserta ekonomis. Dalam memilih metode tipe kuantitatif. Penulis menggunakan cara kuantitatif deskriptif untuk mengerjakan data-data yang sudah dikumpulkan dan penulis menganalisis mengenai pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan Evitel Hotel Kota Batam. Pengukuran tersebut disusun pada daftar pertanyaan atau memakai skala likert (Nasution, 2016: 23).

#### **3.2 Definisi Operasional**

*Variable* penelitian disebut makna yang sudah dipilih dari peneliti untuk mendapatkan data informasi dan bisa dipelajari, lalu mencari kesimpulan tersebut. Dengan cara penelitian ini penulis memakai 2 *variable* yakni *dependent variable* dan *independent variable* (Sugiyono, 2017: 3)

##### **3.2.1 Independent variable**

Variabel bebas biasanya dinamakan dengan variabel preikator, stimulus. Dalam pemakaian bahasa indonesia biasanya dikatakan variabel bebas. Variabel bebas disebut variabel terjadi atau dapat mempengaruhi dikarenakan adanya variabel muncul terikat atau adanya perubahan (Sugiyono, 2017: 4).

Di setiap tempat penginapan atau hotel pasti mempunyai beberapa indikator yang berbeda untuk memberikan fasilitas untuk pelanggan. Indikator fasilitas di perusahaan perhotelan ialah (Annishia & Prastiyo, 2019: 23):

1. Fasilitas kamar tidur dengan perlengkapan yang lengkap.
2. Fasilitas Restoran beserta pendukungnya.
3. Tersedia fasilitas olahraga dan hiburan di hotel.
4. Tersedia ruang untuk acara tertentu (*Ballroom*).
5. Tersedia adanya tempat parkir kendaraan untuk pelanggan.

Guna mengevaluasi kualitas pelayanan, terdapat lima indikator yang dipakai oleh pelanggan, yaitu (Prianggoro & Sitio, 2020):

1. Jaminan (*assurance*), ialah kekuatan dari pelanggan serta jaminan dari masalah dan memiliki sikap bisa dipercaya.
2. Keandalan (*reliability*), ialah kemauan untuk menyediakan layanan yang sudah direncanakan dengan cepat dan memberikan keputusan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), ialah keinginan dari pelanggan untuk bisa memberi layanan yang membantu pelanggan.
4. Bukti langsung (*tangible*), yang mencakup fasilitas fisik, karyawan dan perlengkapan serta berbagai fasilitas komunikasi.
5. Empati (*emphaty*), ialah tanpa adanya kesusahan didalam menjalani hubungan komunikasi.

### 3.2.2 Dependent variable

*Dependent variable* biasanya juga dibilang sebagai variabel konsekuen, kriteria dan output. *Dependent variable* biasanya dikatakan variabel terikat yang berarti *dependent variable* terjadi atau mempengaruhi karena adanya kemunculan variabel bebas (Sugiyono, 2017: 4).

Indikator kepuasan pelanggan terdapat empat, ialah (Munawir, 2018: 210):

1. Lebih memperhatikan pelanggan yang mempunyai keluhan.
2. Tidak menunda tugas saat pelanggan menginginkan sesuatu supaya tidak membuat pelanggan menunggu lama.
3. Harus mampu dalam mendiagnosis hal yang ingin dilakukan dan cepat dalam menyelesaikannya.
4. Penyediaan pelayanan yang baik.

**Tabel 3.1** Definisi Operasional *Variable*

<i>Variable</i>	<i>Definisi Variable</i>	<i>Indikator</i>	<i>Skala</i>
Fasilitas (X1)	Fasilitas yaitu sumber daya fisik yang sudah disediakan sebelum ditawarkan kepada konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kamar tidur dengan fasilitas yang lengkap</li> <li>2. Restoran dengan pendukungnya</li> <li>3. Fasilitas tambahan</li> <li>4. Ballroom untuk acara tertentu</li> <li>5. Tempat parkir</li> </ol>	Likert
Kualitas Pelayanan (X2)	Kualitas pelayanan sebagai konsep yang mewakili inti dari kinerja pelayanan, yaitu perbandingan keterandalan dan konter sales yang dilakukan oleh pelanggan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kehandalan (<i>reliability</i>)</li> <li>2. Bukti langsung (<i>tangible</i>)</li> <li>3. Jaminan (<i>assurance</i>)</li> <li>4. Empati (<i>emphaty</i>)</li> <li>5. Daya tanggap (<i>responsivenes</i>)</li> </ol>	Likert

Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan ialah evaluasi pasca pembelian alternatif yang diseleksi setidaknya membagikan hasil yang sama atau melebihi harapan pelanggan, sementara kecewa dan muncul jika hasil yang didapati tidak mencapai harapan pelanggan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keinginan dan harapan pelanggan supaya bisa tetap memakai jasa</li> <li>2. Keinginan pelanggan untuk menyarankan kepada orang lain</li> <li>3. Puas dengan kualitas layanan yang disediakan.</li> </ol>	Likert
------------------------	---	---	--------

**Sumber:** Penelitian, 2020

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Populasi yang berarti generalisasi meliputi subyek dan obyek dengan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk mempelajari lalu menyimpulkannya (Sugiyono, 2017: 61). Populasi pada penelitian Eitel Hotel sejumlah 14.580 yang diambil dari total jumlah pelanggan pada tahun 2019. Yang diambil dari total jumlah pelanggan tahun 2019.

#### 3.3.2 Sampel

*Sample* ialah besaran di dalam karakteristik ciri dan populasi. Apabila populasinya besar, maka peneliti tidak mampu mencermati seluruh bagian populasi dikarenakan waktu yang terbatas, energi dan dana. Jadi peneliti bisa memakai *sample* yang merupakan bagian dari populasi tersebut (Sugiyono, 2017: 62). Metode pengambilan *sample* dipenelitian ini ialah *nonprobability sampling*, serta peneliti menggunakan metode *convenience sampling*. (Sugiyono, 2017: 67) berpendapat bahwa *convenience sampling* ialah teknik penentu *sample* berdasar

pada kebetulan, yaitu siapa saja yang cocok dengan sumber data dan kebetulan ditemui peneliti. Peneliti dalam menentukan besarnya *sample* memakai rumus slovin. Slovin memasukkan unsur toleransi kesalahan pengambilan *sample* karena ketidaktepatan. Dalam persentase terhadap nilai toleransi, misalnya 10%. Rumus slovin yakni:

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

**Rumus 3.1** *Sample slovin*

**Sumber:** (Tumiwa, Tewal & Palandang, 2017: 38)

Keterangan

N : Jumlah *sample*

N : Jumlah elemen/anggota populasi

E : *Error level*/tingkat kesalahan (10% atau 0,1%)

Jadi, perhitungannya sebagai berikut:

$$n = 14580 / (1 + (14580 \times 0,1^2))$$

$$n = 14580 / (1 + (14580 \times 0,01))$$

$$n = 14580 / (1 + 145,8)$$

$$n = 14580 / 146,8$$

$$n = 99,32$$

Berdasar pada perhitungan tersebut, diperoleh jumlah *sample* 99.32 yang dibulatkan menjadi 100 orang responden pelanggan Evitel Hotel.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Terdapat dua kelompok didalam klarifikasi data (Sugiarto, 2017: 205) yakni:

1. Data primer

Data primer ialah data dengan objek tertentu yang biasanya berasal dari pengamatan atau dari quesioner.

2. Data sekunder

Data sekunder ialah sumber yang memberikan data melalui dokumen yang sudah melalui proses penerbitan maupun yang belum diterbitkan kepada publik.

Dalam penelitian secara spesifik kuesioner (angket) dijadikan sebagai teknik pengumpulan data yang dipilih peneliti. Kuesioner sendiri merupakan teknik pengumpulan jawaban dari responden melalui pemberian pernyataan atau pertanyaan tertulis yang di ukur dengan *likert scale* guna memperoleh data dari quesioner.

Skala ini mengukur persepsi respondend berdasar pada tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan. Skala yang di kembangkan oleh Likert ini umumnya mempunya lima kelompok peringkat yakni dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju (Purwanto, Sulistyastuti, 2017: 63).

### 3.5 Metode Analisis Data

Kuantitatif ialah untuk menguji hipotesis dalam rumus proposal dan menjawab masalah data dengan terarah dan jelas dalam teknik analisis untuk penelitian kuantitatif, dan diperoleh dat asumber yang berbeda memanfaatkan

teknik pengumpulan data atau triangulasi yang berbeda dan diimplementasikan secara berkelanjutan (Sugiyono, 2017: 243).

### **3.5.1 Analisis Deskriptif**

Untuk menganalisis data dalam metode yang digunakan oleh peneliti pada analisis *descriptive statistic*. (Sugiyono, 2017: 29) mengungkapkan *descriptive statistic* ialah statistik yang merupakan gambaran dan memeriksa informasi *sample* dan populasi dengan fungsi menganalisis dan menghasilkan ringkasan yang bermanfaat dan diterapkan pada objek yang disajikan secara umum.

### **3.5.2 Uji Kualitas Data**

#### **3.5.2.1 Uji Validitas**

(Basuki, A. T., & Prawoto, 2016: 77) berpendapat bahwa uji validitas dilaksanakan guna menguji validitas barang tersebut dengan memakai aplikasi *software* SPSS. Dalam metode ini, *Pearson Product Moment* akan digunakan. Didalam pengujian penelitian ini, tiap elemen harus diuji karena berhubungan sama hasil keseluruhan dari *variable* yang dimaksudkan, supaya lebih tepat dalam penelitian ini, elemen tersebut harus memiliki hubungan sama hasil keseluruhannya dari *variable* masing-masing  $\geq 0,25$ . Item yang mempunyai *r* hitung tidak lebih dari 0,25 harus dihilangkan dikarenakan pengukuran yang digunakan tidak sesuai dengan yang di maksud dalam jumlah skala dan seterusnya, sehingga tidak berpartisipasi untuk satu pengukuran.

Dalam pengujian validitas memakai teknik *Pearson Product Moment* yakni:

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum (X)^2 - (\sum X)^2) (n \sum (Y)^2 - (\sum Y)^2)}}$$

**Rumus 3.2** Korelasi Pearson Product Moment

**Sumber:** (Widodo, 2017: 209)

Keterangan:

r : Korelasi Koefisien

i : Skor Item

n : total *Sample*

x : Hasil dari seluruh x

### 3.5.2.2 Uji Reabilitas

Apabila nilai alpha melebihi 0,7 berarti reliabilitasnya cukup, sementara nilai alpha > 0,80 menjelaskan bahwa seluruh item dapat diandalkan dari seluruh uji segala internal akibat mereka mempunyai kecakapan yang bagus. Angka pada masing-masing item perlu  $\geq 0,40$  yang memverifikasi bahwa dapat dikatakan mempunyai keunggulan internal yang koefisien. Item dengan koefisien korelasi < 0,40 perlu dikeluarkan maka uji reliabilitasitem akan diulang dengan tidak dapat diandalkan yang tidak termasuk item. Hal yang dilakukan koefisien reliabilitas masing-masing item tidak lebih kecil.

Menurut (Basuki, A. T., & Prawoto, 2016: 79) Uji reabilitas akan menggunakan *Alpha Cronbach Method*. Rumus *Alpha Cronbach* yakni:

$$\alpha = \left[ \frac{K}{(K - 1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_x^2} \right]$$

**Rumus 3.3** Metode *Alpha Cronbach*

**Sumber:** (Basuki, A. T., & Prawoto, 2016: 79)

Keterangan:

$\alpha$  = Koefisien reliabilitas

k = Total item pertanyaan yang diuji

S<sub>2i</sub> = Item pada jumlah varian

S<sub>2x</sub> = Total seluruh varian

### 3.5.3 Uji Asumsi Klasik

(Widodo, 2017: 110) berpendapat bahwa uji asumsi dipakai guna uji statistik inferensial dan dipakai khusus untuk parametik, yang mengartikan bahwa peneliti tidak perlu memakai uji asumsi klasik bila pada penelitian tidak menggunakan rumus statistik.

#### 3.5.2.3 Uji Normalitas

(Basuki, A. T., & Prawoto, 2016: 57) berpendapat bahwa data uji normalitas yang dikumpulkan dalam populasi harus secara berdistribusi normal. Menguji metode klasik dengan normalitas data yang tidak begitu susah. Bersumber pada pengetahuan ekspermental dapat diartikan bahwa sebagian pakar statistik data dengan kurang dari 30 digit ( $n > 30$ ), dapat dikatakan data memiliki distribusi normal biasa disebut dengan *sample* besar. Uji normalitas ini bisa memakai *Kolgomorov-smirnov*, *Chi square*, serta *Histogram Regression Resudual* bersifat standart.

### 3.5.2.4 Uji Multikolinearitas

(Basuki, A. T., & Prawoto, 2016: 61) berpendapat bahwa fungsi dari uji multikolinearitas ialah proses menelaah apakah ada hubungan kolerasi antar *independent variable* didalam suatu *regression model*. Nilai kolerasi tersebut harus bernilai *positive* tetapi juga sesuai dengan nilai minimum yang sudah ada. Metode VIF dan Tolerance bertujuan untuk mengetahui indikasi multikolinearitas. Kriteria yang dijadikan pedoman yaitu  $VIF < 10$ , maka bias disebut tidak ada indikasi multikolinearitas pada *independent variabelnya*. Lebih lanjut, bila tolerance  $> 0.1$ , maka tidak terjadi multikolinearitas.

### 3.5.2.5 Uji Heteroskedastisitas

(Basuki, A. T., & Prawoto, 2016: 63) berpendapat bahwa heteroskedastisitas disebut versi dalam ketidaksetaraan dari model regresi dalam semua pencatatan. Uji heteroskedastisitas melakukan dengan mengembalikan *independent variable* dalam versi dengan nilai reisdud.

## 3.5.3 Uji pengaruh

### 3.5.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Priyastama, 2017: 154) analisa *multiple regression* ialah studi untuk mengetahui seberapa banyak akibat pertengahan antar dua hingga lebih *independent variable* terhadap *dependent variable* dan estimasi *dependent variable* memanfaatkan *independent variable*. *Multiple regression* dirumuskan sebagai berikut:

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

**Rumus 3.4** Analisis regresi linier berganda

**Sumber:** (Sujarweni, 2016: 108)

Keterangan

Y = *Dependent variable*

a = Angka konstanta

b = Angka koefisien regresi

X1 = *Variable* bebas pertama

X2 = *Variable* bebas kedua

X3 = *Variable* bebas selanjutnya

### 3.5.3.2 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi biasanya ditandai “ $R^2$ ” pada pedoman pengukuran jumlah model pada dasarnya keahlian yang menggambarkan *dependent variable*. Oleh sebab itu, koefisien determinasi menilai presentase seluruh *independent variable* dalam versi regresi terhadap *dependent variable* (Purwanto & Sulisyastuti, 2017: 197)

## 3.6 Uji Hipotesis

Menurut ((Nasution, 2016: 39) hipotesis yaitu frase atau frase sementara sebagai tebakan mengenai hal yang dilihat dalam cara untuk memahaminya. Hipotesis dapat diturunkan dari teori, namun ada saat selisih yang sulit antara hipotesis dan teori. Terdapat persepsi jika dalam teori-teori teoritis terdapat tingkatan inflasi pada hipotesis. Awal dari konsep pada hipotesis yang harus diverifikasi. Dalam pengujian hipotesis memanfaatkan alat bantu “SPSS” versi 21.

### 3.6.1 Uji T (Parsial)

(Basuki & Prawoto, 2016: 52) berpendapat bahwa dilihat dari pentingnya akibat *independent variable* terhadap *dependent variable* ringkasan dapat dinilai pada kolom akhir dari nilai sig, bahwa nilai signifikansi dari *variable* penjualan ialah 0,000, yang artinya *variable* ini mempunyai dampak *significant* pada total laba. Nilai *significant variable* promosi < 0,05, jadi intinya ditolak  $H_0$  atau dengan penjualan dan promosi berpengaruh *significant* kepada total laba.

### 3.6.2 Uji F (Simultan)

Uji F dipakai agar mendapatkan secara simultan apakah ada pengaruh antara *independent variable* yakni fasilitas (X1), kualitas pelayanan (X2) pada *dependent variable* yakni kepuasan pelanggan (Y).

$$F = \frac{R^2 / K}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

**Rumus 3.5** Fhitung

Keterangan:

F = Fhitung berkonsultasi dengan flabel

$R^2$  = Penemuan korelasi parsial

N = Total *sample*

K = Jumlah *independent variable*

(Basuki, A. T., & Prawoto, 2016: 51) uji F didalam *multiple regression model* mempunyai tujuan yakni mengetahui pengaruh *independent variable* secara simultan. Kriteria pengujian, yaitu:

1. Bila nilai signifikansi ialah  $> 0,05$ , jadi keputusan untuk menerima  $H_0$  atau *independent variable* sebagai hasil simultan tidak terpengaruh secara *significant* pada *dependent variable*.
2. Bila nilai *significant* ialah  $< 0,05$  jadi keputusan untuk tolak  $H_0$  atau *dependent variable* sebagai hasil berpengaruh simultan *significant* pada *independent variable*.

### 3.7 Lokasi dan Jadwal Penelitian

#### 3.7.1 Lokasi Penelitian

Untuk lokasi yang diteliti ini dilaksanakan di Eritel Hotel yang berlokasi JL. Tengku Umar No 1, Seraya, Batu Ampar. Penelitian dilakukan untuk mengetahui berapa banyak pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

#### 3.7.2 Jadwal Penelitian

**Tabel 3.2** Jadwal Penelitian

KEGIATAN	September	Oktober	November	Desember	Januari
Penentuan Judul					
Pencarian Data Awal					
Penyusunan Penelitian					
Pembuatan Kuesioner					
Penyebaran Kuesioner					
Pengumpulan Kuesioner					
Pengolahan Data					
Penyelesaian Laporan					

**Sumber:** Peneliti (2020)