

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Agar penelitian yang di dapatkan akurat maka di buat terlebih dahulu perencanaan yang baik. Seorang peneliti melakukan analisis data subyek dan objek untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan dengan rumusan masalah yang sudah di siapkan. Penelitian ini memakai desain penelitian kausalitas, menurut (Sanusi, 2014: 13) desain penelitian kausalitas merupakan adanya suatu hubungan yang mempunyai sebab-akibat antara variabel satu dengan variabel yang lainnya.

Tipe penelitian ini yang bermaksud mengetahui hubungan antar variabel sesuai dengan peninjauan terhadap berbagai dampak yang ada dan mencari alasan yang akan sebagai dampak melalui data tertentu dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas, kepercayaan dan nilai pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan S Hotel di kota Batam. Untuk melakukan penelitian ini digunakan metode penelitian kuantitatif oleh peneliti. Menurut (Wirawan, 2016: 207) metode penelitian kuantitatif adalah data yang berbentuk nomerik menggunakan suatu instrumen validasi yang dapat mencerminkan dimensi dan indikator dari variabel.

3.2 Operasional Variabel

Menurut (Sanusi, 2014: 50) macam-macam variabel penelitian yakni variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Pada penelitian ini terdapat hanya satu variabel terikat (*Dependent Variable*) yakni kepuasan pelanggan (Y) dengan variabel dua variabel bebas (*Independent Variable*) yaitu fasilitas (X1), kepercayaan (X2) dan nilai pelanggan (X3).

3.2.1 Variabel Independen

Penelitian ini dilakukan dengan tiga variabel *independent variable* atau bebas yaitu fasilitas (X1), kepercayaan (X2) dan nilai pelanggan (X3). Menurut (Sanusi, 2014: 50) variabel independen (bebas) yakni variabel yang mempengaruhi variabel yang lain.

3.2.2.1 Fasilitas

Menurut Tjiptono dalam (Irfan, 2018) fasilitas adalah keseluruhan dari sesuatu yang dapat memberikan kemudahan pelanggan, agar kemudahan tersebut dapat dicapai ada hal-hal harus diperhatikan seperti interior dan ekterior serta kondisi dan kebersihan fasilitas kondisi fasilitas.

3.2.2.2 Kepercayaan

Menurut Sunarto dalam (Setyoparwati, 2019) mengartikan kepercayaan yaitu keyakinan dengan keandalan dan integritas pihak lain, keyakinan ini terjadi ketika ada pihak ikut serta dalam proses perpindahan.

3.2.2.3 Nilai Pelanggan

Menurut Tjiptono dalam (Nurhalimah & Nurhayati, 2019) mendefinisikan nilai pelanggan adalah pada saat konsumen telah menggunakan produk atau jasa terdapat nilai tambah pada produk atau jasa tersebut, hal ini akan menciptakan hubungan sentimental yang terjalin antara produsen dan pelanggan.

3.2.2 Variabel Dependen

Penelitian ini dilakukan dengan satu *dependent variable* atau variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y). Menurut (Sanusi, 2014: 50) variabel dependen yakni suatu variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Menurut Sungadji dan Sophia dalam (Adista & Dharmawan, 2019) kepuasan adalah kinerja produk dan layanan yang diinginkan dan diterima konsumen mempunyai kesamaan antara kinerja produk dan layanan.

Tabel 3.1 Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Fasilitas (X1)	Menurut Tjiptono dalam (Irfan, 2018) Fasilitas adalah keseluruhan dari sesuatu yang dapat memudahkan pelanggan, agar kemudahan itu tercapai ada hal-hal yang perlu diperhatikan seperti kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas.	Menurut Tjiptono dalam (Masrin & Hasibuan, 2019) indikator fasilitas yaitu : a. Pertimbangan / perencanaan spesial. b. Perencanaan ruang. c. Perlengkapan / perabotan. d. Tata cahaya dan warna. e. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis. f. Unsur pendukung.	Skala <i>likert</i>
Kepercayaan (X2)	Menurut Sunarto dalam (Setyoparwati, 2019) kepercayaan konsumen adalah suatu kesimpulan yang di buat oleh konsumen tentang objek, atribut, dan gunanya berdasarkan pengetahuan konsumen.	Menurut Mayer dkk dalam (Setyoparwati, 2019) indikator kepercayaan yaitu : 1. Kemampuan (<i>Ability</i>) 2. Kebaikan hati (<i>Benevolence</i>) 3. Integritas (<i>Integrity</i>)	Skala <i>likert</i>
Nilai Pelanggan (X3)	Menurut Tjiptono dalam (Nurhalimah & Nurhayati, 2019) Mendefinisikan nilai pelanggan adalah saat konsumen telah menggunakan produk atau jasa terdapat nilai tambah yang terdapat pada produk atau jasa	Menurut Sweeney & Soutar dalam (Nurhalimah & Nurhayati, 2019) indikator nilai pelanggan yaitu : 1. <i>Emotil Value</i> (Nilai Emosional) 2. <i>Social Value</i> (Nilai Sosial) 3. <i>Perfomance Value</i> (Nilai Kualitas) 4. <i>Price Value</i> (Nilai	Skala <i>likert</i>

	tersebut, hal akan menciptakan ikatan emosional antara konsumen dan produsen.	Harga)	
Kepuasan Pelanggan (Y)	Menurut Sungadji dan Sophia dalam (Adista & Dharmawan, 2019) Kepuasan adalah kinerja produk dan layanan yang diterima dan diinginkan konsumen mempunyai kesamaan antara kinerja produk dan layanan.	Menurut Lupyoadi dalam (Masrin & Hasibuan, 2019) indikator kepuasan pelanggan yaitu : 1. Kualitas jasa 2. Kualitas Pelayanan 3. Emosi 4. Harga 5. Biaya	Skala <i>likert</i>

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut (Sanusi, 2014: 87) populasi yakni suatu unsur memperlihatkan sifat khusus lalu dapat dimanfaatkan untuk suatu kesimpulan. Dalam penelitian ini yang berlaku sebagai populasi yaitu semua pengunjung atau tamu S hotel di kota Batam.

Tabel 3.2 Tamu S Hotel 2019

Bulan	Jumlah Tamu
Januari	732
Februari	816
Maret	905
April	818
Mei	747
Juni	890
Juli	874
Agustus	747
September	731

Oktober	769
November	801
Desember	770
Total	9600

Sumber: S hotel Batam

3.3.2 Sampel

Berbagai keterbatasan dalam penelitian seperti waktu, uang dan upaya yang tidak memungkinkan untuk meneliti semua populasi yang ada, maka dibuat penarikan sampel yang dapat mewakili populasi dalam penelitian. Menurut (Sanusi, 2014: 87) sampel ialah bagian dari elemen populasi dimanfaatkan untuk melakukan pengukuran. *Probability sampling* merupakan teknik yang pakai dalam penelitian ini. Menurut (Sanusi, 2014: 88) *probability sampling* yakni cara pengambilan sampel memperhatikan unsur kemungkinan untuk dijadikan sampel. Adapun jenis *probability sampling* yang digunakan adalah pengambilan sampel secara acak (*sample random sampling*), menurut (Sanusi, 2014: 88) *sample random sampling* adalah dimana populasi dapat menjadi sampel memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel. Pada penelitian ini dengan memakai rumus Slovin untuk penarikan sampel:

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

Sumber: (Sinambela, 2014: 98)

Dimana:

n = ukuran sampel

I = konstanta

N = ukuran populasi

e² = persentasi Kelonggaran Ketidakpastian 10%

Dengan demikian berdasarkan rumus tersebut sehingga perhitungan

sampel bisa dibuat yakni :

$$n = \frac{9600}{1 + 9600(0,1^2)}$$

$$n = \frac{9600}{1 + 9600(0,01)}$$

$$n = \frac{9600}{97}$$

$$n = 98,96$$

Bersumber pada perhitungan yang telah dibuat dengan memakai rumus Slovin, dengan demikian didapatkan sampel 98,96 dibulatkan menjadi 100 berasal dari populasi sebesar 9600 pelanggan dan tingkat kelonggaran ketidakpastian yaitu 10%.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Rukajat, 2018: 6) teknik pengumpulan data yakni suatu proses untuk menguji hipotesis yang sudah dirumuskan sebelumnya disesuaikan dengan data sudah dikumpulkan.

3.4.1 Jenis dan Sumber Data

Berdasarkan sumber datanya, untuk melakukan pengambilan data memanfaatkan dua metode yaitu sumber primer dan sumber sekunder. Penelitian data yang digunakan yaitu :

1. Data Primer

Menurut (Sanusi, 2014: 104) data primer yakni peneliti melakukan berbagai hal untuk mendapatkan data utama seperti mencatat dan mengumpulkan data.

2. Data Sekunder

Menurut (Sanusi, 2014: 104) data sekunder yakni data disimpan dan diakumulasi oleh pihak lain.

3.4.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian sebagai berikut:

1. Kuesioner

Menurut (Sanusi, 2014: 109) kuesioner merupakan pengumpulan data dengan aturan pertanyaan disusun terlebih dahulu sebelum pertanyaan tersebut diberikan kepada responden. Adapun cara untuk memberikan kuesioner ini kepada responden seperti disampaikan langsung kepada responden, dikirim melalui email, dikirim melalui pos dan lain-lain. Skala likert adalah alat pakai untuk melakukan pengukuran jawaban dari responden. Menurut (Sinambela, 2014: 144) skala *likert* adalah untuk mengetahui fenomena alam dengan cara mengukur gagasan, perilaku dan pemahaman seseorang.

Tabel 3.3 Skala Likert

No	Jawaban	Kode	Bobot
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2
3	Ragu-Ragu	RR	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat Setuju	SS	5

Sumber: (Sinambela, 2014: 144)

2. Studi Pustaka

Studi Pustaka ini diperoleh dari jurnal terdahulu, buku-buku, internet dan membaca skripsi.

3.5 Metode Analisis Data

Menurut (Widodo, 2017: 75) metode analisis data yakni cara dipakai untuk menganalisis data penelitian. Formula statistik adalah suatu cara menganalisis data yang diandalkan dalam penelitian. Rumusan statistik yang sering dipakai untuk menganalisis data, yaitu:

3.5.1 Analisis Deskriptif

Menurut (Sinambela, 2014: 189) statistik deskriptif yakni statistik yang dipakai untuk menganalisis data dengan cara menggaambarkan data yang dikumpulkan dengan seadanya tanpa membuat kesimpulan yang berlaku untuk orang banyak. Menurut (Riyanto & Hatmawan, 2020: 54) Untuk mengukur analisis deskriptif digunakan rumus rentang skala dengan skala likert yang mempunyai skor minimum 1 dan maksimum 5, yaitu:

$$\text{rentang skala} = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{jumlah pilihan jawaban}} = \frac{5 - 1}{5} = 0,80$$

Berdasarkan perhitungan diatas didapatkan jarak antar katagori sebesar 0,80. sehingga klasifikasi kategori rentang skala bisa dibuat tabel berikut ini:

Tabel 3.4 Kriteria Analisis Deskriptif

Rentang Skala	Kriteria
1,00 – 1,80	Sangat buruk
1,80 – 2,60	Buruk
2,60 – 3,40	Cukup
3,40 – 4,20	Baik
4,20 – 5,00	Sangat baik

Sumber: (Riyanto & Hatmawan, 2020: 54)

3.5.2 Uji Kualitas Data

3.5.2.1 Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2018: 172-173) data yang valid jika ada suatu kesesuaian antara data yang dikumpulkan oleh peneliti dengan data yang terjadi pada objek penelitian. Valid dapat diartikan bahwa instrumen yang pakai dalam penelitian mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk menghitung uji validitas digunakan rumus analisis korelasi *pearson product moment*. Adapun rumus tersebut yaitu:

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

Rumus 3.2 *Pearson Product Moment*

Sumber: (Sanusi, 2014: 77)

Keterangan :

- r = Koefisien korelasi
- X = Skor butir
- Y = Skor total butir
- N = Jumlah sampel (responden)

Kriteria uji validitas sebagai berikut :

1. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga H_a diterima dan H_o ditolak.
2. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ sehingga H_a ditolak dan H_o diterima.

3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Sinambela, 2014: 166) reliabilitas adalah suatu instrumen dan kelompok responden yang konsisten dan diandalkan. Menurut Siregar dalam (Irfan, 2018) reliabilitas bertujuan menggunakan alat ukur yang sama jika melakukan pengukuran beberapa kali mempunyai gejala yang sama. Memiliki tingkat konsisten dan kemantapan maka bisa dikatakan bahwa hasil pengukuran

tersebut reliabel. 0,6 adalah batas kriteria uji reliabilitas *instrument*, suatu pernyataan disebut reliabel apabila koefisien reliabilitas $> 0,6$.

$$r_i = \left(\frac{k}{[k-1]} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_b^2} \right) \quad \text{Rumus 3.3 Reliabilitas Teknik Alpha Cronbach}$$

Sumber: (Sinambela, 2014: 169)

Keterangan:

r_i = reliabilitas instrumen

K = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

σ_b^2 = Varians total

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

3.5.3.1 Uji Normalitas

Menurut (Widodo, 2017: 80) tujuan uji normalitas adalah menguji apakah dalam pengujian model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Menurut Idris dalam (Masrin & Hasibuan, 2019) Untuk keperluan tersebut dipakai rumus uji *One Sample Kalmogorow Smirnow* dengan kriteria pengujian yaitu:

1. Apabila $(\alpha = 0,05)$
2. Apabila $\text{sig} \geq \alpha$ berarti data berdistribusi normal
3. Apabila $\text{sig} \leq \alpha$ berarti data berdistribusi tidak normal

3.5.2.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (Widodo, 2017: 78-79) uji multikolinearitas bermaksud untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan hubungan antar variabel bebas (independen). Apabila antar variabel tidak terjadi korelasi sehingga bisa dikatakan baik. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* atau *variance inflation* (VIF). Apabila VIF kurang dari 10 sehingga dikatakan tidak ada multikolinearitas dan sebaliknya.

3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali dalam (Widodo, 2017: 80) uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk melihat apakah terjadi suatu perbedaan varians dari residual satu pengawasan ke pengawasan lain dalam model regresi. Jika terjadi perbedaan dalam model regresi disebut heteroskedastisitas, sedangkan jika tidak terjadi perbedaan dalam model regresi disebut homokedastisitas. Untuk mengetahui hal tersebut dapat menggunakan uji *glejser test* agar dapat melihat data terjadi suatu masalah heteroskedastisitas atau tidak. Adapun kriteria uji *glejser test* adalah terjadi heteroskedastisitas apabila terdapat nilai signifikansi atau *p-value* $< 0,05$ dan tidak terjadi heteroskedastisitas sehingga nilai signifikansi atau *p-value* $> 0,05$.

3.5.4 Uji Pengaruh

3.5.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Sanusi, 2014: 134-135) analisis regresi linear berganda adalah penambahan dari regresi linear sederhana dengan cara menambahkan variabel independen atau bebas. Penelitian ini dengan judul pengaruh fasilitas,

kepercayaan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan S hotel di kota Batam. Sehingga di masukkan rumus yaitu:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Rumus 3.4 Linear Berganda

Sumber: (Sanusi, 2014: 135)

Keterangan:

Y	= Kepuasan pelanggan
X ₁	= Fasilitas
X ₂	= Kepercayaan
X ₃	= Nilai Pelanggan
a	= konstanta
b ₁ , b ₂ , b ₃	= Koefisien regresi
e	= Variabel pengganggu

3.5.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Menurut (Sanusi, 2014: 136) koefisien determinasi (R²) variabel terikat (Y) dijelaskan oleh variabel bebas (X) secara bersama-sama. Apabila nilai koefisien determinasi (R²) naik sehingga dapat dikatakan persamaan tersebut semakin baik.

3.5.5 Uji Hipotesis

Menurut (Sanusi, 2014: 144) uji hipotesis adalah mempunyai kaitan pada pertanyaan hipotesis penelitian yang mempunyai kesamaan dengan menguji signifikansi koefisien regresi linear berganda secara parsial.

3.5.5.1 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Menurut (Sanusi, 2014: 138) uji t adalah uji secara parsial untuk mengetahui signifikan tidaknya pengaruh dari tiap-tiap variabel bebas (X)

terhadap variabel terikat (Y). Dengan menggunakan tolak ukur pengambilan keputusan yaitu:

1. Apabila t hitung $>$ t tabel atau signifikansi $<$ 0,05 sehingga H_a diterima dan H_o ditolak.
2. Apabila t hitung $<$ t tabel atau signifikansi $>$ 0,05 sehingga H_a ditolak dan H_o diterima.

$$t = \frac{R\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad \text{Rumus 3.5 Uji } t$$

Sumber: (Sinambela, 2014: 221)

Keterangan:

R = Koefisien korelasi

r^2 = Koefisien determinasi

n = Banyaknya sampel

Rumusan hipotesis:

1. H_o : Tidak adanya pengaruh fasilitas, kepercayaan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan S Hotel di Kota Batam.
2. H_a : Adanya pengaruh fasilitas, kepercayaan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan S Hotel di Kota Batam.

3.5.5.2 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Menurut (Sanusi, 2014: 137) suatu benar-benar kenyataan dan bukan karena kebetulan ketika uji F dikatakan signifikan memperlihatkan variabel terikat dijelaskan oleh variabel bebas secara bersama-sama.

Keputusan di ambil sesuai dengan kriteria yaitu:

1. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau signifikansi $> 0,05$ sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau signifikansi $< 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.

Rumus uji F yaitu:

$$F = \frac{\frac{R^2}{k}}{\frac{(1-r^2)}{(n-k-1)}} \quad \text{Rumus 3.6 Uji F}$$

Sumber: (Sinambela, 2014: 223)

Keterangan :

R^2 = Koefisien determinasi

K = Banyaknya variabel bebas

n = Banyaknya sampel

Rumusan hipotesis:

1. H_0 : Tidak adanya pengaruh fasilitas, kepercayaan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan S hotel di kota Batam.
2. H_a : Adanya pengaruh fasilitas, kepercayaan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan S hotel di kota Batam.

3.6 Tempat dan Jadwal Penelitian

Untuk melakukan penelitian ini penulis telah memilih tempat dan jadwal penelitian berlandaskan izin dari pihak manajemen S hotel di kota Batam.

3.6.1 Tempat Penelitian

S hotel merupakan objek dalam penelitian ini yang berada di pusat bisnis kota yang berada di Komplek Marina *Business Centre* Blok A No 11-12B, Lubuk Baja, Batam, Kepulauan Riau, Indonesia, 29432. S Hotel merupakan hotel bintang satu yang di lengkapi dengan fasilitas PUB & Karaoke serta *Restaurant* dan *Laundry*.

3.6.2 Jadwal Penelitian

Adapun jadwal penelitian yang dipakai dalam penelitian ini yaitu:

Tabel 3.5 Jadwal Kegiatan

Kegiatan	Waktu Pelaksanaan													
	Okt'20			Sep'20			Des'20			Jan'21		Feb'21		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Pengajuan Judul	■													
Pengajuan Bab I		■	■	■	■									
Pengajuan Bab II					■	■	■	■						
Pengajuan Bab III								■	■	■				
Pembuatan Kuesioner										■	■			
Pengelolaan Data												■		
Pengajuan Bab IV dan Bab V													■	
Pengumpulan Skripsi														■

Sumber: Peneliti 2020