

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai dari suatu variabel. Dengan demikian penelitian deskriptif dalam penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan nilai dari kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan Hotel Emersia Bandar Lampung.

3.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah data asli yang dikumpul sendiri oleh periset untuk menjawab masalah risetnya secara khusus. Dalam penelitian ini data primer adalah jawaban atas pertanyaan yang dijawab oleh responden dengan membagikan kuesioner kepada pelanggan Hotel Emersia Bandar Lampung.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh tidak langsung yaitu data tersebut diperoleh dari dokumen perusahaan dan buku. Dalam penelitian ini pengumpulan data melalui pihak perusahaan yang bersangkutan yang sebelumnya sudah tersusun dan sudah dicatat seperti data kepuasan pelanggan.

1.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik yang dipergunakan adalah survey melalui angket, yaitu penelitian yang menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara membagikan kuesioner kepada responden yang memuat daftar pertanyaan

tentang permasalahan yang sedang diteliti dan meminta kesediaan responden untuk menjawab daftar pertanyaan tersebut.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Penyebaran kuesioner dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan langsung kuesioner yang berisi pertanyaan kepada responden. Dalam penelitian ini yang dimaksud responden adalah pelanggan Hotel Emersia Bandar Lampung. Pengukuran data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan memberikan bobot poin 1-5 yaitu:

Tabel 3.1 Pengukuran Data

Tingkat Kepentingan	SKOR	Tingkat Kepuasan	SKOR
Sangat Penting (SP)	5	Sangat Puas (SP)	5
Penting (P)	4	Puas (P)	4
Cukup Penting (CP)	3	Cukup Puas (CP)	3
Tidak Penting (TP)	2	Tidak Puas (TP)	2
Sangat Tidak Penting (STP)	1	Sangat Tidak Puas (STP)	1

1.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian adalah pelanggan Hotel Emersia Bandar Lampung. Pada tahun 2016 tercatat bahwa jumlah pelanggan Hotel Emersia Bandar Lampung sebanyak 23.456 orang.

3.4.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin diteliti. Dalam penelitian ini jumlah sampel ditentukan dengan rumus slovin.

Berikut adalah perhitungannya (Sujarweni dan Poly, 2012):

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

$$n = \frac{23.456}{1 + (23.456 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{23.456}{1 + (23.456 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{23.456}{1 + (234,56)}$$

$$n = \frac{23.456}{235,56}$$

$n = 99,57$ dibulatkan menjadi 100.

Berdasarkan perhitungan tersebut maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100. Adapun metode pengambilan sampel yang digunakan Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Berikut adalah pertimbangan yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Responden telah menggunakan jasa penginapan Hotel Emersia Bandar Lampung minimal 2 kali.

1.5 Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan kerja. Menurut Kotler dan Keller (2012, p.139) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Kepuasan kerja yang akan

dibahas dalam penelitian ini adalah kepuasan kerja terhadap kualitas pelayanan.

1.6 Definisi Operasional Variabel

Berikut penulis sajikan definisi operasional variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yang dapat dilihat pada tabel 3.2.

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Kepuasan Pelanggan	Kepuasan Pelanggan Menurut Kotler dan Keller (2012, p.139) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.	Tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan Hotel Emersia Bandar Lampung terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Hotel Emersia Bandar Lampung kepada pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berwujud 2. Keandalan 3. Daya Tanggap 4. Jaminan dan Kepastia 5. Empati 	Interval

1.7 Uji persyaratan instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi validitas dilakukan bertujuan untuk mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang digunakan dalam penelitian dapat mengukur apa yang hendak diukur. Uji validitas yang akan dilakukan dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan korelasi antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk.

Dasar pengambilan keputusannya adalah uji validitas koefisien korelasi antara pertanyaan dengan skor total nilai (*pearson correlation*) dibandingkan dengan alpha 5% (0,05), jika lebih besar nilai *pearson correlation* (signifikan) daripada alpha maka dinyatakan valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pengukuran sekali saja atau *one shot*. Dalam pengukuran jenis ini hanya dilakukan satu kali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Dasar pengambilan keputusan:

Tabel 3.3 Interpretasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi

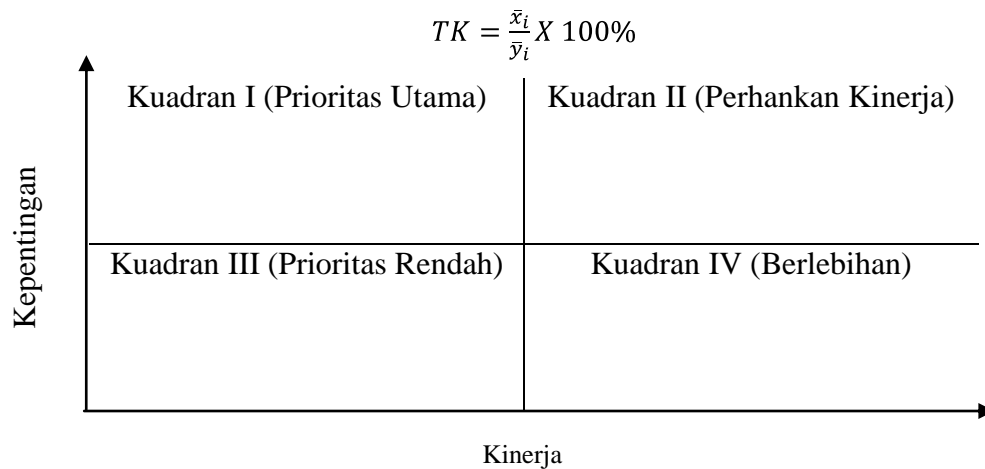
Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Tinggi
0,800 – 1,000	Sangat Tinggi

3.8 Analisis Data

3.8.1 Analisis *Importance Performance Analysis* (IPA)

Matriks IPA awalnya hanya memiliki 2 (dua) dimensi, x dan y saja. Sumbu x menunjukkan *performance* (kepuasan pelanggan), sedangkan y menunjukkan tingkat kepentingan. Matriks ini sangat bermanfaat sebagai pedoman dalam mengalokasikan sumber daya organisasi yang terbatas pada bidang-bidang spesifik, di mana perbaikan kinerja bisa berdampak besar pada kepuasan pelanggan total. Selain itu, matriks ini juga menunjukkan bidang atau atribut tertentu yang perlu dipertahankan dan aspek-aspek yang perlu dikurangi prioritasnya.

Dalam penelitian ini IPA akan dianalisis dengan tingkat kesesuaian yang berfungsi untuk menentukan urutan prioritas peningkatan kualitas layanan yang paling baik agar memperbaiki kepuasan pelanggan.



Gambar 3.1. Kuadran *Importance Performance Analysis*

Strategi yang dapat dilakukan berkenaan dengan posisi masing-masing variabel pada keempat kuadran tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kuadran 1 (Prioritas Utama)

Wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan, tetapi pada kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai dengan harapan pelanggan (tingkat kepuasan yang diperoleh masih rendah). Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus ditingkatkan.

2. Kuadran 2 (Pertahankan Kinerja)

Wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dan faktor-faktor yang dianggap pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakannya sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi. Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus tetap dipertahankan karena semua variabel ini menjadikan produk atau jasa unggul di mata pelanggan.

3. Kuadran 3 (Prioritas Rendah)

Wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan, dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan variabel-variabel yang termasuk dalam

kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil.

4. Kuadran 4 (Berlebihan)

Wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya.

3.8.2 Analisis *Customer Satisfaction Index Customer Satisfaction Index (CSI)*

Customer Satisfaction Index Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk/jasa. Besarnya CSI dapat diketahui dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menentukan *Mean Importance Score (MIS)* tiap-tiap atribut, nilai ini berasal dari rata-rata kepentingan tiap konsumen dengan rumus:

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

Diketahui:

n = Jumlah pelanggan

Y_i = Nilai kepentingan atribut

Y ke-i

2. Membuat *Weight Factors (WF)* per atribut

Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut dengan rumus:

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\%$$

Diketahui:

I = Atribut kepentingan ke-i

3. Menentukan *Mean Satisfaction Score* (MSS) tiap atribut dengan rumus:

$$MSS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

4. *Membuat Weight Score* (WSk) tiap atribut

Bobot ini merupakan perkalian antara WFk dengan MSSk dengan rumus:

$$WS_i = WF_i \times MSS$$

5. Menghitung *Customer Satisfaction Index*

Weight Total (WT) dibagi skala maksimum yang digunakan, kemudian dikalikan 100%.

Tingkat kepuasan responden secara keseluruhan dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan.

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WS_i}{HS} \times 100\%$$

Diketahui:

CSI = *Customer satisfaction Index* (%)

WS_i = *Weight Score*

i = Atribut kepentingan ke-i

HS = Skala maksimum yang digunakan

Nilai CSI dalam penelitian ini dibagi ke dalam tujuh kriteria dari sangat tidak baik sampai baik sekali. Berikut ini adalah tabel CSI:

Tabel 3.4 Tabel CSI

No.	Nilai Index (%)	Kriteria CSI
1	81,00-100,00	Sangat Puas
2	66,00-80,99	Puas
3	51,00-65,99	Cukup Puas
4	35,00-50,99	Kurang Puas
5	0,00-34,99	Tidak Puas