

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan pada penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Fenomena itu biasa berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena lainnya dalam Sugiyono (2009). Penelitian ini difokuskan pada Analisis Kepuasan Konsumen Hotel Nusantara Syariah Lampung.

3.2 Sumber data

Sumber data yang digunakan untuk melakukan penelitian ini merupakan sumber data primer. Data primer menurut (Sugiyono, 2011) adalah data asli yang dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab masalah risetnya secara khusus. Dalam penelitian ini data primer dapat diperoleh dengan melakukan penyebaran kuesioner langsung kepada konsumen Hotel Nusantara Syariah Lampung.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2011) metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode survei berupa kuesioner, yaitu dengan cara memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam hal ini, jumlah maupun kualifikasi para responden ditentukan berdasarkan metode pengambilan sampel. Pengumpulan data ini digunakan untuk memperoleh informasi yang relevan dengan permasalahan yang dikaji dan mempunyai derajat keakuratan yang tinggi melalui jawaban responden (Santosa dan

Hamdani, 2007). Dalam kuesioner ini peneliti menggunakan Skala Likert bentuk checklist dengan bobot skor pada pertanyaan sebagai berikut :

Tabel 3.1 Perhitungan Tipe Interval

Skala Pengukuran Harapan	Skor	Skala Pengukuran Kinerja	Skor	Skala
Sangat penting (SP)	5	Sangat Setuju (SS)	5	Interval
Penting (P)	4	Setuju (S)	4	
Cukup penting (CP)	3	Cukup Setuju (CS)	3	
Tidak penting (TP)	2	Tidak Setuju (TS)	2	
Sangat tidak penting(STP)	1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	

3.4 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2016). Variabel penelitian ini adalah variabel tunggal (*single variable*) yaitu variabel kepuasan konsumen.

3.5 Populasi dan Sample

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2016) populasi adalah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas serta karakteristik tertentu dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen tahun 2021 yang menginap di Hotel Nusantara Syariah Lampung sebanyak 7.035 orang.

3.3.2 Sample

Menurut Sugiyono (2016) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Metode penarikan sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *non*

probability sampling dengan teknik *accident sampling*. *Accident sampling* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan yakni siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui ini cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2013). Untuk menentukan ukuran sample dari populasi dapat digunakan rumus slovin (Husein Umar, 1999) sebagai berikut:

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

Dimana : n = Besar sample

N = Besar populasi

e = persentase kelongaran ketidak pastian karena kesalahan pengambilan sample masih di tolelir

Berdasarkan rumus diatas maka jumlah sample yang diambil adalah :

$$n = \frac{7035}{1 + 7035(0,1)^2} = 98,59$$

Berdasarkan perhitungan di atas didapatkan hasil 98,59 dan dibulatkan menjadi 100 maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel bertujuan untuk menjelaskan makna variabel yang sedang diteliti. Menurut ridwan kuncoro (2007) definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana cara mengukur suatu variabel atau dengan kata lain semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana cara mengukur suatu variabel.

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Kepuasan Konsumen	Kepuasan konsumen adalah perasaan senang ataupun kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan menurut Engel dan Pawitra dalam Siti Husna AINU Syukri (2014)	Tingkat kepuasan konsumen Hotel Nusantara Syariah Lampung	1. <i>Tangible</i> (Bukti Fisik) 2. <i>Emphaty</i> (Empati) 3. <i>Reliability</i> (Kehandalan) 4. <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap) 5. <i>Assurance</i> (Jaminan) (Tjiptono, 2017)	Interval

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2016) Validitas adalah alat ukur yang digunakan dalam pengukuran, instrumen dinyatakan Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dimaksudkan untuk menguji ketepatan item-item dalam kuesioner, apakah item-item yang ada mampu menjelaskan variabel yang diteliti. Hal ini membuat peneliti menguji validitas dengan kuesioner yang langsung diberikan kepada konsumen Hotel Nusantara Syariah Lampung. Metode uji untuk mengetahui validitas kuesioner yang digunakan adalah Korelasi Product Moment dengan kriteria sebagai berikut:

Rumus Hipotesis

- H_0 = Jika probabilitas (sig.) $<$ alpha 0,05 maka instrument valid
- H_1 = Jika probabilitas (sig.) $>$ alpha 0,05 maka instrument tidak valid

Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan probabilitas (sig) dengan alpha (0,05) maka akan disimpulkan instrument tersebut dinyatakan valid atau sebaliknya

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2013) uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Fungsi dari uji Reliabilitas adalah mengetahui sejauh mana konsistensi alat ukur untuk dapat memberikan hasil yang sama dalam mengukur hal dan subjek yang sama. Hasil penelitian yang reliabel bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda, instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama, uji reliabilitas kuesioner menggunakan prosedur yang sama dengan uji validitas. Reliabel artinya konsisten atau stabil, suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila hasil alat ukur tersebut konsisten sehingga dapat dipercaya.

Tabel 3.3

Nilai r Korelasi *Product Moment*

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000-1,0000	Sangat tinggi
0,6000-0,7999	Tinggi
0,4000-0,5999	Cukup
0,2000-0,3999	Rendah
0,0000-0,1999	Sangat Rendah

Sumber : Sugiyono (2015)

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Customer Satisfaction Index

Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut kualitas produk yang diukur. Metode pengukuran CSI menurut Dixon dalam Prawira (2010) meliputi tahap-tahap sebagai berikut:

3.8.2 Menentukan *Mean Importance Score* (MIS)

MIS merupakan nilai rata-rata tingkat harapan responden dari tiap variabel atau atribut yang dapat dihitung menggunakan rumus :

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

Keterangan : n : Jumlah Responden (100)
 Y_i : Harapan atribut ke i

3.8.3 Menentukan *Mean Satisfaction Score* (MSS)

MSS merupakan nilai rata-rata tingkat kinerja yang dirasakan Responden tiap variabel atau atribut, yang dapat dihitung menggunakan rumus :

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

Keterangan : n : Jumlah Responden (100)
 X_i : Nilai kinerja atribut ke-1

3.8.4 Menentukan *Weight Factor* (WF)

Menentukan *Weight Factor* (WF), skor ini merupakan presentase nilai MIS peratribut terhadap total MIS seluruh atribut dengan menggunakan

rumus : (1). $\sum_i^n = 1$ MIS_i = MIS₁ + MIS₂ + MIS₂₅

$$(2). WF = \frac{MIS}{\sum_{i=1}^p MIS_i}$$

Keterangan : P : Jumlah atribut kepentingan

I : Atribut pelayanan ke-1

3.8.5 Menentukan *Weight Score* (WS)

Menentukan *Weight Score* (WS), skor ini merupakan perkalian antara *Weight Factor* (WF) dengan rata – rata tingkat kenyataan pelayanan yang dirasakan rersponden sebagai Mean satisfaction score (MSS) dengan menggunakan rumus.

$$WS_i = WF_i \times MSS_i$$

Keterangan : i : Atribut pelayanan

3.8.6 Menentukan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Skala kepuasan konsumen yang umum dipakai dalam interpretasi indeks adalah skala nol (0) sampai satu (1) atau nol (0) sampai seratus (100)

$$\text{Rumus : } CSI = \frac{\sum_{i=1}^n WS_i}{HS} \times 100\%$$

Nilai CSI dalam penelitian ini dibagi menjadi lima (5) kategori mulai dari tidak puas sampai dengan sangat puas. Skala kepuasan konsumen yang biasa di pakai sebagai berikut :

Tabel 3.4
Menentukan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Skala	Kriteria
0,81 - 1,00	Sangat Puas
0,66 - 0,80	Puas
0,51 - 0,65	Cukup Puas
0,35 - 0,50	Tidak Puas
0,00 - 0,34	Sangat Tidak Puas