

BAB III

METODE PENELITIAN

3.5 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dimana menurut Wiratna Sujarweni (2015:p,39), penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan–penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur–prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada gejala-gejala yang mempunyai karakteristik tertentu didalam kehidupan manusia yang dinamakannya variabel. Dengan demikian, maka dalam penelitian ini, penulis ingin mengetahui sejauh man tingkat pelayanan prima terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Anugerah Express Lampung.

3.5 Sumber Data

Data yang dihasilkan oleh peneliti merupakan hasil akhir dari proses pengolahan selama berlangsungnya penelitian. Sumber data menurut cara memperolehnya, antara lain:

3.2.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan nara sumber. Data yang diperoleh dari data primer ini harus diolah lagi. Wiratna Sujarweni (2015: p,39). Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data perusahaan atau subjek penelitian ini diberikan oleh Hotel Anugerah Express Lampung. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data-data dari hasil jawaban kuesioner yang dibagikan kepada konsumen yang menjadi responden yang berkaitan tentang tingkat kepuasan konsumen Hotel Anugerah Express Lampung.

3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapat dari catatan, artikel, buku–buku sebagai teori dan lain sebagainya. Data yang diperoleh dari data sekunder ini tidak perlu diolah lagi. Sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data. Wiratna Sujarweni (2015: p,39).

3.3 Metode Pengumpulan Data

Adapun metode yang digunakan dalam mengumpulkan data pada penelitian ini adalah metode penelitian pustaka dan lapangan.

3.3.1 Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Teknik ini dilakukan dengan mengkaji berbagai teori dan bahasan yang relevan dengan penyusunan skripsi ini seperti data yang bersumber dari berbagai referensi seperti literatur, arsip, dokumentasi, dan data lain yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

3.3.2 Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Teknik ini dilakukan dengan cara turun secara langsung ke lapangan yang menjadi subjek penelitian untuk memperoleh data-data berkaitan dengan kebutuhan penelitian, data tersebut diperoleh dengan cara:

1. Observasi (Survey).

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara atau kuesioner.

2. Interview (Wawancara).

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

3. Kuesioner (Angket).

Kuesioner penelitian adalah metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab menurut Sugiyono (2014, p.142). Pengumpulan data-data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan cara memberi seperangkat pernyataan-pernyataan tertulis yang diajukan kepada responden yaitu konsumen Hotel Anugerah Express Lampung, dengan penrhitungan jawaban pernyataan yang diajukan yaitu:

Tabel 3.1
Skala Likert

Tingkat Harapan		Tingkat Kinerja	
Pilihan Jawaban	Skor	Pilihan Jawaban	Skor
Tidak Mengharapkan (TH)	1	Tidak Puas (TP)	1
Kurang Mengharapkan (KH)	2	Kurang Puas (KP)	2
Cukup Mengharapkan (CH)	3	Cukup Puas (CP)	3
Mengharapkan (H)	4	Puas (P)	4
Sangat Mengharapkan (SH)	5	Sangat Puas (SP)	5

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2014, p.80). Dalam penelitian ini populasi tidak dapat diketahui jumlahnya karena populasi di sini menyangkut karakteristik masing-masing individu.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang di miliki oleh populasi tersebut. Menurut (Sugiyono 2014: p.81). Dari populasi yang telah ditentukan diatas, maka dalam rangka mempermudah melakukan penelitian diperlukan suatu sampel penelitian yang berguna ketika populasi yang diteliti berjumlah besar dalam artian sampel tersebut harus

representative atau mewakili dari populasi tersebut. Menurut Sugiono (2014: p.122) cara yang dapat digunakan peneliti dalam penarikan sampel adalah dengan menggunakan teknik *Sampling Purposive*. Teknik *Sampling Purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan dalam penentuan responden dalam penelitian ini dengan kriteria responden minimal berpendidikan SMA/ sederajat dan sudah melakukan kunjungan minimal dua kali menggunakan jasa pelayanan yang ditawarkan oleh Hotel Anugerah Express Lampung.

Menurut Widiyanto (2008) ukuran populasi dalam penelitian ini sangat banyak dan tidak dapat diketahui dengan pasti. Oleh karena itu, besar sampel yang digunakan dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2}{4 (Moe)^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

Z = score pada tingkat signifikansi tertentu (derajat keyakinan ditentukan 95%) maka $Z = 1,96$

Moe = margin of error, tingkat kesalahan maksimum adalah 10%

Hasil perhitungan jumlah sampel dengan menggunakan rumus di atas adalah :

$$n = \frac{1,96^2}{4 (10)^2}$$

$n = 96,04 \approx 97$ atau dibulatkan 100.

Berarti ; jumlah sampel yang digunakan adalah 100 responden.

3.5 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:p,33) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah

kepuasan kerja. Kepuasan kerja yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah kepuasan kerja terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Hotel Anugerah Express Lampung.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan variabel yang diungkapkan dalam definisi konsep tersebut. Secara operasional masing-masing variable dapat di ukur melalui indikator-indikator sebagai berikut:

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Kepuasan Konsumen	Menurut Parasuraman dalam Sugiono (2014) kepuasan pelanggan adalah respon emosional terhadap pengalaman yang berkaitan dengan produk atau jasa yang dibeli.	Respon yang diterima konsumen atas pelayanan yang didapatkan pada Hotel Anugerah Express Lampung.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bukti Fisik (<i>tangibles</i>) <ol style="list-style-type: none"> a. Kebersihan ruangan hotel baik. b. Tata letak ruang rapi. c. Sarana ruang hotel (kursi, lantai) dalam kondisi baik. d. Kondisi ruang kamar nyaman. e. TV dalam ruang kamar dengan kondisi baik. f. Sarana parkir luas. g. Lobi yang bersih dan nyaman. h. Akses Internet cepat. i. Toilet yang disediakan bersih. 2. Kehandalan (<i>reliability</i>) <ol style="list-style-type: none"> a. Pelayan melayani pelanggan dengan baik. b. Pelayan memberikan pelayanan secara objektif. c. Pelayanan yang diberikan sesuai dengan SOP hotel. d. Pelayan mampu dalam melayani kepentingan pelanggan. e. Pelayan tepat waktu dalam melayani pelanggan. f. Karyawan menanggapi complain pelanggan dengan baik. 3. Tanggap (<i>responsives</i>) <ol style="list-style-type: none"> a. Pelayan merespons kebutuhan dan keluhan layanan dari pelanggan. b. Customer Service menjawab pertanyaan dari pelanggan dengan baik. 	Interval

			<ul style="list-style-type: none"> c. Karyawan hotel bersikap ramah dan sopan. d. Karyawan mampu melayani pelanggan dengan baik. <p>4. Jaminan (<i>assurance</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Karyawan memiliki kompetensi yang sesuai dengan bidangnya. b. Perilaku karyawan hotel menimbulkan rasa aman. c. Prosedur hotel memudahkan pelanggan untuk menggunakan hotel. <p>5. Perhatian (<i>empathy</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Karyawan memberikan perhatian secara individu kepada pelanggan. b. Karyawan mendukung pelanggan dalam memenuhi permintaan. c. Waktu kerja layanan menyesuaikan dengan kebutuhan pelanggan. 	
--	--	--	--	--

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan dari butir-butir dalam suatu daftar item pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan dan diuji kevaliditasnya. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel dimana $df=n-2$ dengan sig 5%. Jika r tabel $< r$ hitung maka valid Wiratna Sujarweni (2015:p,108). Pengujian validitas dilakukan dengan menghitung korelasi diantara masing – masing pernyataan dengan skor total.

Prosedur pengujian :

1. H_0 : data valid

H_a : data tidak valid

2. Penentuan r_{tabel} adalah 0,361 dengan sampel sebanyak 30 orang.

3. Apabila $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ maka instrument valid

Apabila $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ maka instrument tidak valid

4. Pengujian validitas instrument dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 21.0*).
5. Penjelasan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} dan probabilitas (sig) dengan r_{tabel} maka dapat di simpulkan instrument tersebut dinyatakan valid atau sebaliknya.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstrukturnya. Pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner Wiratna Sujarweni (2015: p.110). Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Dalam penelitian ini menginterpretasikan besarnya nilai r alpha indeks korelasi. Selanjutnya mengkonsultasikan hasil nilai *Alpha cronbach* dengan nilai *Interprestasi Koefisien*, seperti pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.3

Daftar Interpretasi Koefisien Nilai R

Koefisien r	Reliabilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang/Cukup
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber : Sugiyono (2014, p,184)

3.8 Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2015: p.142). Teknis analisis data adalah proses pengelompokan data berdasarkan variabel dan responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Statistik Inferensial yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik parametris yaitu statistik yang digunakan untuk menguji parameter populasi melalui statistik atau menguji ukuran populasi melalui data sampel.

3.8.1 Analisis Data Dengan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA).

Menurut Martila dan James dalam Lupiyoadi (2015) metode analisis ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana tingkat kesesuaian dilihat dari tingkat kepuasan konsumen dan harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan (kinerja). Hasil analisis ini dapat dijadikan dasar bagi pihak manajemen Hotel Anugerah Express Lampung, dalam pengambilan keputusan apa yang seharusnya dilakukan untuk memperbaiki kinerja perusahaan dan meningkatkan kepuasan konsumen. Untuk mengetahui tingkat kepuasa konsumen pada Hotel Anugerah Express Lampung, dengan menggunakan analisis tingkat kepentingan dan kinerja atau *Importance Performance Analysis* sebagai berikut:

$$TKi = \frac{xi}{yi} \times 100\%$$

Keterangan:

TKi = Tingkat kepuasan responden

Xi = Skor penilaian tingkat kinerja

Yi = Skor penilaian tingkat harapan

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja atau pelaksanaan dengan skor kepentingan.

Tabel 3.4

Interprestasi Tingkat Kesesuaian

Interval	Klasifikasi
95%-100%	Sangat Baik
85%-94%	Baik
70%-84%	Cukup Baik
<70%	Tidak Baik

Sumber: Lupiyoadi, dan Ikhsan (2015, p.240)

Diagram kartesius sangat diperlukan dalam penjabaran unsur-unsur tingkat kesesuaian, kepentingan, dan kinerja atau kepuasan mahasiswa. Diagram kartesius dibuat dengan suatu bagan yang dua bagi menjadi empat bagian dan dibatasi oleh dua garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X,Y). Variabel X (Sumbu horizontal) dan Y (Sumbu vertical) masing-masing akan mengisi skor tingkat kualitas pelayanan dan skor untuk harapan. Untuk menjabarkan atribut-atribut pada diagram kartesius digunakan rumus:

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{x}_i}{n} \text{ dan } \bar{y} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{y}_i}{n}$$

Dimana:

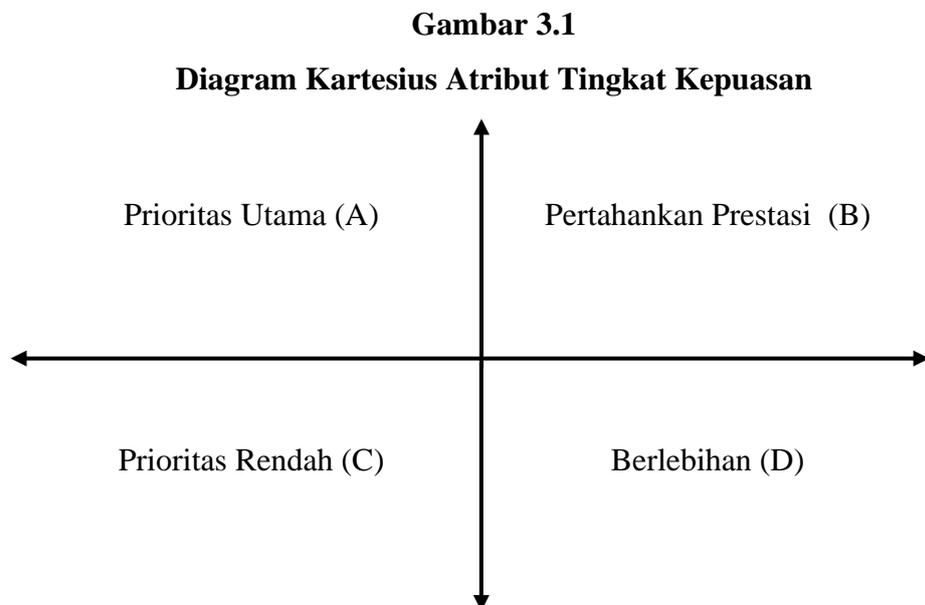
X_i : Skor rata-rata tingkat kerja

Y_i : Skor rata-rata tingkat kepentingan

$\sum x_i$: Total skor tingkat kerja

$\sum y_i$: Total skor tingkat pentingan

n : Jumlah responden



(Sumber : Rambat Lupiyoadi (2015, p.242).

Keterangan:

- a. Kuadran A menunjukkan variabel yang dianggap mempengaruhi kepuasan mahasiswa dan dianggap sangat penting, tetapi perusahaan belum dapat melaksanakan sesuai keinginan mahasiswa.
- b. Kuadran B menunjukkan variabel yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankan. Dianggap sangat penting untuk memuaskan mahasiswa.
- c. Kuadran C menunjukkan variabel yang dianggap kurang penting dan kurang memuaskan mahasiswa.
- d. Kuadran D menunjukkan variabel yang memuaskan, tetapi pelaksanaan terlalu berlebihan dan dianggap kurang penting oleh mahasiswa.

3.8.2 Analisis Data dengan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Indeks Kepuasan Konsumen atau *Customer Satisfaction Index* (CSI) sangat berguna untuk tujuan internal perusahaan. Contohnya adalah memantau perbaikan pelayanan, pemotivasian karyawan maupun pemberian bonus sebagai gambaran yang mewakili tingkat kepuasan menyeluruh pelanggan. CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk/jasa.

CSI merupakan indeks untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut yang diukur. Indeks Kepuasan Konsumen (CSI) sangat berguna untuk tujuan internal perusahaan. Contohnya adalah memantau perbaikan pelayanan, pemotivasian karyawan maupun pemberian bonus sebagai gambaran yang mewakili tingkat kepuasan menyeluruh pelanggan. Adapun cara untuk mengukur indeks ini dilakukan melalui 4 (empat) tahap. Langkah Penghitungan CSI yaitu :

1) Menentukan Mean Importance Score (MIS).

Nilai ini berasal dari rata-rata tingkat kepentingan tiap konsumen :

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

Dimana :

n = jumlah konsumen

Y_i = Nilai Kepentingan Atribut X ke-I

2) Membuat Weight Factors (WF) :

Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut.

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

Dimana:

p = Atribut kepentingan ke p

3) Membuat Weight Score (WS).

Bobot ini merupakan perkalian antara *Weight Factor* (WF) dengan rata-rata tingkat kepuasan (X) (*Mean Satisfaction Score* = MSS).

$$WS_i = WFi \times MSS_i$$

4) Menentukan Customer Satisfaction Index (CSI) yaitu :

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

Dimana:

p = Atribut kepentingan ke p

HS = (*Highest Scale*)

Skala maksimum yang digunakan (skala 7)

Tabel 3.5
Kriteria Nilai *Customer Satisfaction Index*

Nilai CSI	Kriteria CSI
0,81 - 1,00	Sangat Puas
0,66 - 0,80	Puas
0,51 - 0,65	Cukup Puas
0,35 - 0,50	Kurang puas
0,00 - 0,34	Tidak Puas

Sumber:(Suhadi, 2010).