

BAB III

METODE PENELITIAN

1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif deskriptif, dimana data yang dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik. Menurut Sugiyono (2019) deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagai adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

1.2 Sumber Data

Pada penelitian ini data yang digunakan yaitu data primer. Menurut Sugiyono (2019) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer di dapat melalui responden, pengamatan serta pencatatan langsung tentang keadaan yang ada di lapangan.

1.3 Metode Pengumpulan Data

1.3.1 Observasi

Observasi yang dilakukan adalah dengan meninjau langsung lokasi penelitian, yaitu di Swiss-Belhotel Lampung. Observasi ini dilakukan dengan mengamati langsung terhadap keadaan lokasi penelitian, para karyawan yang bekerja di Swiss-Belhotel Lampung sehingga mendapat gambaran terkait objek penelitian.

1.3.2 Kuesioner

Kuesioner menurut Sugiyono (2019) yaitu metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawab. Skala pengukuran penelitian ini

yang digunakan adalah skala *likert*. Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu sebagai berikut.

Tabel 3.1
Penentuan Skor Tingkat Harapan

No	Gradasi	Skor
1	Sangat Mengharapkan (SH)	5
2	Mengharapkan (H)	4
3	Cukup Mengharapkan (CH)	3
4	Kurang Mengharapkan (KH)	2
5	Tidak Mengharapkan (TH)	1

Tabel 3.2
Penentuan Skor Tingkat Kinerja

No	Gradasi	Skor
1	Sangat Puas (SP)	5
2	Puas (P)	4
3	Cukup Puas (CP)	3
4	Kurang Puas (KP)	2
5	Tidak Puas (TP)	1

1.4 Populasi dan Sampel

1.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, Sugiyono (2019). Jumlah populasi pada penelitian ini adalah pengunjung yang menginap di Swiss-Belhotel Lampung tahun 2020.

1.4.2 Sampel

Ukuran sampel diambil dengan menggunakan rumus Hair, et al. Rumus ini digunakan karena ukuran populasi yang belum diketahui pasti dan menyarankan bahwa ukuran sampel minimum 5-10 dikali variabel indikator. Sehingga jumlah indikator sebanyak 15 buah dikali 5 ($15 \times 5 = 75$). Jadi melalui perhitungan berdasarkan rumus tersebut, didapat jumlah sampel dari penelitian ini adalah sebanyak 75 responden.

1.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya, Sugiyono (2019). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen pada Swiss-Belhotel Lampung.

1.6 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.3.
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Kepuasan konsumen	Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (<i>disconfirmation</i>) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.	Tingkat kepuasan yang di rasakan konsumen Swiss-Belhotel Lampung terhadap kualitas pelayanan yang di berikan	1. Minat berkunjung kembali 2. Kesesuaian harapan 3. Minat merekomendasi	Interval

	Lupioyadi dalam Arpan (2021)			
Kualitas pelayanan	Pengertian pelayanan yaitu setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. (Kotler, 2008)	Pelayanan yang di berikan Swiss-Belhotel Lampung terhadap konsumen	1. <i>Tangible</i> 2. <i>Reliability</i> 3. <i>Responsiveness</i> 4. <i>Empathy</i> 5. <i>Assurance</i>	Interval

1.7 Uji Persyaratan Instrumen

1.7.1 Uji Validitas

Pengertian validitas instrumen merupakan arti seberapa besar ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Dalam pengujian validitas, instrumen di uji dengan menghitung koefisien korelasi antara skor item dan skor totalnya dalam taraf signifikansi 95% atau $\alpha = 0,05$. Instrument dikatakan valid mempunyai nilai signifikansi korelasi \geq dari 95% atau $\alpha = 0,05$.

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan koefisien korelasi produk moment dengan kriteria sebagai berikut:

Prosedur pengujian :

1. H_0 : data valid
 H_a : data tidak valid
2. H_0 : apabila r hitung $>$ r tabel maka instrument valid
 H_a : apabila r hitung $<$ r tabel maka instrument tidak valid
3. Pengujian validitas instrument dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 20.0*).

4. Penjelsan 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.

1.7.2 Uji Reabilitas

Reabilitas adalah sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik. Reabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya, maksudnya apabila dalam beberapa pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok yang sama diperoleh hasil yang relatif sama. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan tehnik *Formula Alpha Cronbach* dan dengan menggunakan program SPSS 20.0

Prosedur pengujian :

1. H_0 : data reliable
 H_a : data tidak reliable
2. Apabila r hitung $>$ r tabel maka instrument reliable Apabila r hitung $<$ r tabel maka instrument tidak reliable
3. Pengujian Realibilitas instrument dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 20.0*)
4. 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 reliable atau sebaliknya

Tabel 3.4
InterPrestasi Nilai r Korelasi Product Moment

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

1.8 Metode Analisis Data

1.8.1 IPA

Metode *Importance Performance Analysis* pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James (1997) dengan tujuan mengukur hubungan antara persepsi pengunjung dan prioritas peningkatan kualitas produk atau jasa yang dikenal pula dengan *quadrant analysis* (Brandt, 2000 dan Latu & Evrett, 2000). IPA telah diterima secara umum dan dipergunakan pada berbagai bidang kajian karena kemudahannya untuk diterapkan dan ditampilkan hasil analisis yang memudahkan usulan perbaikan kinerja (Martinez, 2003), IPA mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka dan faktor-faktor pelayanan yang menurut pengunjung perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan.

Dalam penelitian ini terdapat 2 buah variabel yang diwakilkan oleh huruf X dan Y, dimana X merupakan tingkat kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan para pengunjung, sedangkan Y merupakan tingkat kepentingan pengunjung. Rumus yang digunakan yaitu

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

Tki : Tingkat kesesuaian

Xi : Skor penilaian kinerja

Yi : Skor penilaian kepentingan

Tahap kedua adalah menghitung rata-rata untuk setiap atribut yang diperoleh konsumen:

$$XI = \frac{\sum Xi}{n} \quad YI = \frac{\sum Yi}{n} \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan:

XI : Skor rata-rata tingkat produk

YI : Skor rata-rata tingkat kepentingan terhadap produk

n : Jumlah responden

Selanjutnya menghitung rata-rata *Importance Performance Analysis* (IPA) seluruh atribut tingkat kepentingan (Y) dan kinerja (X) yang menjadi batas dalam diagram kartesius:

$$XI = \frac{\sum Xi}{K} \quad YI = \frac{\sum Yi}{K} \dots\dots\dots(3)$$

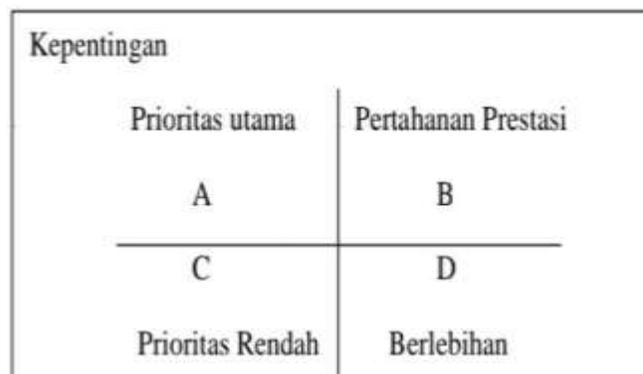
Keterangan:

XI : Skor rata-rata tingkat kinerja seluruh atribut

YI : Skor rata-rata tingkat kepentingan terhadap seluruh atribut

K : Banyaknya atribut yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen

Tahap terakhir adalah penjabaran tiap atribut dalam diagram kartesius seperti terlihat pada gambar:



Gambar 3.1
Diagram Kartesius

Pembagian pada diagram kartesius analisis *Importance Performance Analysis* sebagai berikut:

a. Kuadran A (Prioritas Utama)

Kuadran A ini memuat atribut yang dianggap penting oleh pengunjung tetapi pada kenyataannya atribut tersebut belum sesuai dengan harapan pelanggan.

b. Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Kuadran ini telah berhasil dilaksanakan perusahaan dan wajib dipertahankan.

c. Kuadran C (Prioritas Rendah)

Kuadran ini dianggap kurang penting bagi pelanggan.

d. Kuadran D (Berlebihan)

Kuadran ini dapat memuaskan konsumen tetapi dalam pelaksanaan terlalu berlebihan.

Maka, disimpulkan bahwa *Importance Performance Analysis* merupakan cara untuk menganalisis tingkat kepentingan dan kinerja dari suatu pelayanan dapat dilihat pada empat kuadran yaitu kuadran a yang merupakan prioritas utama, kuadran b dimana satu layanan dipertahankan, kuadran c merupakan prioritas rendah dan kuadran d dimana pelanggan merasa berlebihan pada atribut ini.

1.8.2 CSI

Metode Customer Satisfaction Index digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung terhadap hasil kinerja pelayanan dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut jasa tersebut (Shanty,2015). Menurut Khurniyah (2016) metode CSI digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan pengunjung secara menyeluruh dengan mempertimbangkan tingkat kepentingan variabelvariabel yang diukur. CSI memberikan data yang jelas mengenai tingkat kepuasan pengunjung sehingga dapat satuan

waktu tertentu dapat melakukan evaluasi secara berkala untuk memperbaiki apa yang kurang dan meningkatkan pelayanan yang dinilai customer adalah sebuah nilai (Widodo, 2017).

Cara perhitungan untuk mendapatkan nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) adalah sebagai berikut:

Nilai rata-rata pada kolom kepentingan (I) dijumlahkan sehingga diperoleh Y dan juga hasil kali I dengan P pada kolom skor (S) dijumlahkan dan diperoleh T. CSI diperoleh dari perhitungan $(T/5Y) \times 100\%$. Nilai 5 (pada 5Y) adalah nilai maksimum yang digunakan pada skala pengukuran.

Berikut rumus *Customer Satisfaction Index* (CSI) sebagai berikut:

1. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS)

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

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

Keterangan:

n : Jumlah responden

Yi : Harapan atribut ke-i

2. Menentukan *Mean Sattisfaction Score* (MSS)

Mean Sattisfaction Score merupakan nilai rata-rata tingkat kinerja yang dirasakan responden tiap variabel atau atribut, yang dapat dihitung menggunakan rumus:

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

Keterangan:

n : Jumlah responden

Xi : Nilai kinerja atribut ke-i

3. Menentukan *Weight Factor* (WF)

Weight Factor, skor ini merupakan presentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut dengan menggunakan rumus:

$$\sum_{i=1}^n \mathbf{MIS}_i = \mathbf{MIS}_1 + \mathbf{MIS}_2 + \mathbf{MIS}_3 + \dots \quad (1)$$

$$\mathbf{WF} = \frac{\mathbf{MIS}_i}{\sum_i^p \mathbf{MIS}_i} \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan:

P : Jumlah atribut kepentingan

i : Atribut pelayanan ke-i

4. Menentukan *Weight Score* (WS)

Weight Score, skor ini merupakan perkalian antara *Weight Factor* dengan rata-rata tingkat kenyataan pelayanan yang dirasakan responden sebagai *Mean Sattisfaction Score* dengan menggunakan rumus:

$$\mathbf{WS}_i = \mathbf{WF}_i \times \mathbf{MSS}_i$$

Keterangan:

i : Atribut pelayanan

5. Menentukan *Customer Satisfaction Index*

Skala kepuasan konsumen yang umum dipakai dalam interpretasi indeks adalah skala nol sampai satu atau nol sampai seratus dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\sum_{i=1}^n \mathbf{WS}_i = \mathbf{WS}_1 + \mathbf{WS}_2 + \mathbf{WS}_3 + \dots \dots \dots$$

$$\mathbf{CSI} = \frac{\sum_{i=1}^n \mathbf{WS}_i}{\mathbf{HS}} \times 100\%$$

HS

Nilai *Customer Satisfaction Index* dalam penelitian ini dibagi menjadi lima kategori mulai tidak puas sampai dengan sangat puas

$$RS \frac{m-n}{b}$$

Perhitungan rentang skala:

m : Skor tertinggi

n : Skor terendah

b : Jumlah kelas

Tabel 3.5
Kriteria Nilai Index Kepuasan Konsumen

No	Nilai Index	Keterangan
1	> 84%	Sangat Puas
2	68% - 83%	Puas
3	52% - 67%	Cukup Puas
4	36% - 51%	Kurang Puas
5	< 35%	Tidak Puas

