

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang akan dilakukan adalah pada pelanggan Hotel Arista Palembang yang berlokasi Jl. Kapten A. Rivai, sungai pangeran, kec. Ilir timur. L, kota Palembang, Sumatera Selatan 30129. Oleh karena itu pengambilan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian hanya terbatas pada objek yang diteliti.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek penelitian

Dalam penelitian ini, subjek yang akan digunakan adalah pelanggan Hotel Arista Palembang.

2. Objek penelitian

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah persepsi pelanggan terhadap harga, kualitas pelayanan dan fasilitas.

C. Waktu dan Lokasi Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini yang dilakukan adalah mengenai harga, kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Arista Palembang, penelitian diambil dari lokasi di jalan Kapten A. Rivai, sungai pangeran, kec. kota Palembang, Sumatera Selatan 30129.

D. Variabel Penelitian

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel Bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab timbulnya variabel terikat (*dependent variable*). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah harga, kualitas pelayanan dan fasilitas.

2. Variabel terikat (*dependent variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat adalah kepuasan pelanggan.¹

E. Definisi Operasional Variabel

1. Harga

Harga dapat didefinisikan sebagai alat tukar, hal ini seperti yang dikemukakan oleh William J. Stanton terjemahan Y. Yamanto di kutip dari Laksana bahwa “harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya”.²

2. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan menurut Goeth dan Davis dalam Tjiptono merupakan sebuah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi

¹Thomas Aquinas, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Kereta Api Yogyakarta”. Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta 2016

² Fajar Laksana. *Manajemen Pemasaran; pendekatan praktis*. (Graha Ilmu: Yogyakarta, 2008), hlm.105

harapan. Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan.³

3. Fasilitas

Menurut Tjiptono, "fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen". Selain itu ada juga menurut Kotler dan Keller, mendefinisikan "fasilitas yaitu segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjualan jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen". Sehingga dapat disimpulkan bahwa fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen, dalam usaha yang bergerak dibidang jasa, maka segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior, dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapatkan konsumen secara langsung.⁴

³Danang Sunyoto, "Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen". (CAPS: Yogyakarta, 2012), hlm. 226

⁴Jarlijah Harfika. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya", Vol. XIV, No. 1, January, 2017, hlm. 48

Variabel	Definisi	Indikator
Harga	<p>Harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah prosuk dan pelayanan yang menyertainya.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Harga yang sesuai dengan manfaat b. Persepsi harga dan manfaat c. Harga barang terjangkau d. Persaingan harga e. Kesesuaian harga dengan kualitasnya
Kualitas pelayanan	<p>Sebuah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. <i>Tangibles</i> (berwujud) b. <i>Responsiveness</i> (daya tanggap) c. <i>Assurance</i> (jaminan) d. <i>Reliability</i> (kehandalan) e. <i>Emphaty</i> (empati)
	<p>Segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjualan jasa</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Pertimbangan perencanaan sosial b. Perencanaan ruangan

Fasilitas	<p>untuk mendukung kenyamanan konsumen sehingga dapat disimpulkan bahwa fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> c. Perlengkapan/peralatan d. Tata cahaya e. Warna f. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis.
Kepuasan pelanggan	<p>Perasaan seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Re-purchase b. Menciptakan Word-of-mouth c. Menciptakan citra merek d. Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama.

F. Populasi dan Sampel

1. populasi

Menurut Sumarni dan Wahyuni populasi adalah keseluruhan objek yang diteliti dan terdiri atas sejumlah individu, baik yang terbatas maupun tidak terbatas. Dalam penelitian ini, populasi yang akan diteliti adalah pelanggan Hotel Arista Palembang.⁵

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti⁶.penelitian ini akan dilakukan dengan cara pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling* dengan metode *simple random sampling* *Probability sampling* merupakan teknik sampling unuk memberikan peluang yang sama pada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan metode *simple random sampling* merupakan pengambilan sampel dari anggota populasi dengan cara pengambilan sampel dari anggota populasi dengan menggunakan acak tanpa memperhatikan strata (tingkatan) dalam anggota populasi tersebut.

⁷Menurut Roscea dalam buku *research methods for business* dikutip dari sugiyono, menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak penelitian adalah antara 30 sampai 500. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda

⁵Surmani,Murti Dan Salamah Wahyuni,"*Metodeologi Penelitian Bisnis*",Yogyakarta : Penerbit ANDI Yogyakarta.

⁶ Achmad Kuncoro dan Riduwan. *Cara Menggunakan dan Memakai: Analisis Jalur* (Bandung Alfabeta, 2008) hlm.40

⁷*Ibid*, hlm.41

misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.⁸ Berdasarkan pendapat para ahli tersebut diatas. Variabel penelitiannya ada 4 (independen dan dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 4 = 40$. Dengan menggunakan kriteria sampel, antara lain: pengguna Hotel Arista Palembang lebih dari 1 kali, serta responden berusia minimal 17 tahun

G. Teknik Pengumpulan Data

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur kesetujuan dan ketidaksetujuan seseorang terhadap sesuatu objek. Setiap pilihan jawaban responden diberi skor nilai atau bobot yang disusun secara bertingkat berdasarkan skala likert yang jenjangnya bisa tersusun sebagai berikut.sumber

SS	= Sangat Setuju	diberi skor	5
S	= Setuju	diberi skor	4
KS	= Netral	diberi skor	3
TS	= Tidak Setuju	diberi skor	2
STS	= Sangat Tidak Setuju	diberi skor	1

⁸Sugiyono, *op. cit*, hlm.164

H. Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas perlu dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kuesioner dapat mengukur variabel penelitian. Kumar menyatakan bahwa validitas merupakan kemampuan dari instrumen dalam kuesioner untuk dapat mengukur rancangan penelitian.⁹ Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *confirmatory factor analysis* (CFA), *confirmatory factor analysis* (CFA) adalah analisis faktor untuk menguji unidimensionalitas atau apakah indikator-indikator yang digunakan dapat mengkonfirmasi sebuah konstruk atau variabel, joreskog¹⁰. Dengan demikian tujuan CFA adalah untuk mengidentifikasi apakah indikator merupakan konstruk dari variabel penelitian yang ada atau dengan kata lain indikator-indikator tersebut merupakan kesatuan atau unidimensionalitas. Analisis CFA akan mengelompokkan masing-masing indikator kedalam beberapa faktor. Indikator dikatakan sebagai bagian dari variabel apabila mempunyai nilai signifikansi $<0,005$.

Tinggi rendahnya validitas suatu instrumen kuesioner dapat diukur melalui faktor-faktor loading dengan bantuan *SPSS 23.0 for windows*. Faktor loading adalah korelasi item-item pertanyaan dengan konstruk

⁹Kumar, Ranjit, (2005) "*research methodology*": *A step by step guide for beginners*. Second London : SAGE Publication Ltd p. 153(.35).

¹⁰Joreskog, K. G. (1969). A General Approach to Confirmatory Maximum likelihood Factor Analysis. *Psychometrika*, 34 (2), 183-202.

yang diukurnya. Jika nilai faktor loading lebih besar atau sama dengan 0,5 ($\geq 0,5$) maka indikator yang dimaksud valid dan berarti bahwa indikator tersebut signifikan dalam mengukur suatu konstruk.

Untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel digunakan *uji barlett test of spericity*. Jika hasilnya signifikan $\geq 0,5$ berarti matrik korelasi memiliki korelasi signifikan dengan sejumlah variabel. Uji validitas penelitian ini meliputi *convergent validity dan discriminant validity*. Analisis CFA dengan menyelidiki *convergent validity dan discriminant validity* digunakan dalam penelitian ini.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama (croabach). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Setiap alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Reliabilitas memusatkan perhatian pada masalah konsistensi sedang yang kedua lebih memperhatikan masalah ketepatan. Instrument yang reliabel adalah instrument yang bilamana dicobakan secara berulang-ulang pada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama akan menghasilkan data yang sama dengan asumsi tidak terdapat perubahan psikologis terhadap responden.

Reliabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa indikator-indikator mempunyai konsistensi yang tinggi dalam mengukur variabel latennya. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan uji statistik *crombach alpha*. Dalam ilmu statistik *crombach alpha* adalah sebuah koefisien dari konsistensi internal. Ini biasanya digunakan untuk menguji reliabilitas suatu variabel dilakukan reliabel apabila memberikan nilai *crombach alpha* $> 0,60$ (Cronbach). Pengujian realibilitas dalam penelitian ini dengan bantuan *programSPSS 23.00 for windows*.¹¹

I. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal, sehingga uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residulnya. Uji normalitas bertujuan untuk menguji salah satu asumsi dasar analisis regresi berganda, yaitu variabel-variabel independen dan dependen harus berdistribusi normal atau mendekati normal.¹² Uji statistic sederhana yang sering digunakan untuk menguji

¹¹Cronbach, L.J., (1991). Methodological study-a personal retrospective, in brennan, Robert,L.,2001, an essay on history and future of reliability from the perspective of replications. "journal of educational measurement",38

¹²Stephens, M. A. (1974). EDF Statistics for Goodness of Fit and some comparison. "journal of the American Statistical Association", American statistical association) 69 (347): 730-737.

asumsi normalitas adalah dengan menggunakan uji normalitas dari *kolmogorovsmirnov*. Metode pengujian normal tidaknya distribusi data dilakukan dengan melihat nilai signifikansi variabel, jika signifikan lebih besar dari *alpha* 5%, maka menunjukkan distribusi data normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini dengan bantuan program *SPSS 23.00 for windows*.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji linieritas dalam penelitian ini menggunakan uji linieritas. Uji ini digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linier. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi *linearity* kurang dari 0,05.¹³

c. Uji Multikolinieritas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah variabel independen terdapat korelasi atau tidak, suatu model regresi yang baik merupakan suatu model yang tidak terjadi korelasi antara variabel independennya. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas, dilakukan dengan menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar

¹³Azwar, S. (2000). Asumsi-Asumsi Dalam "*Inferensi statistika*". Yogyakarta: Fakultas Psikologi Universitas Gajah Mada.

variabel independen terdapat korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90), maka hal tersebut adalah suatu indikasi bahwa terdapat multikolinieritas. Multikolinieritas dapat juga dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 adalah nilai *cutoff* yang digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinieritas. Apabila hasil regresi memiliki nilai VIF ≤ 10 maka dapat disimpulkan tidak ada multikolinieritas dalam model regresi.¹⁴

d. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah varian residual dalam model tidak homogeny. Uji untuk mendeteksi adanya gejala heteroskedastisitas dilakukan dengan uji *glester* dilakukan dengan meregresikan absolut residual dengan variabel independen. Model regresi yang baik adalah yang memenuhi syarat homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Model dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika probabilitas lebih besar dari taraf signifikan 5%.¹⁵

¹⁴Ghozali, Imam. (2011).”*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20.00*. Semarang: Universitas Diponegoro.

¹⁵*Ibid*, hlm 55

J. Uji Regresi Berganda

Uji regresi bertujuan mengetahui ada tidaknya pengaruh secara parsial maupun simultan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) model analisis yang digunakan adalah model analisis regresi linear berganda. Model ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = kepuasan pelanggan

X₁ = harga

X₂ = kualitas pelayanan

X₃ = fasilitas

α = koefisien konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$ = koefisien regresi

e = standar error

K. Uji Hipotesis

Untuk membuktikan hipotesis penelitian maka dilakukan uji statistik berupa analisis regresi sederhana, analisis regresi berganda, dan analisis koefisien determinasi. Adapun urainnya sebagai berikut.

1. Uji F

Menurut Ghozali dalam penelitian ini “uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel

independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen". Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen.¹⁶ Pengujian ini dilakukan pada tingkat keyakinan 95% dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Jika tingkat signifikansi lebih besar 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak
- b. Jika tingkat signifikansi lebih kecil 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, sebaliknya H_0 diterima.

2. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara persial terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan uji t pada tingkat keyakinan 95% dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Jika tingkat signifikansi lebih besar $<0,05$ maka disimpulkan bahwa H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak.
- b. Jika tingkat signifikansi lebih kecil $>0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima.

3. Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, nilai koefisien determinasi antara 0 sampai 1. Nilai

¹⁶*Ibid*, hlm 56

(R^2) yang lebih kecil berarti kemampuan variabel dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai (R^2) mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen