

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini mengambil lokasi di Hotel Mersi, salah satu hotel di Bukittinggi yang terletak di tempat yang strategis yaitu di Jl. Tuanku Nan Renceh No. 30 Bukittinggi, Sumatera Barat. Alasan penelitian ini mengambil lokasi ini dikarenakan Hotel Mersi Bukittinggi merupakan hotel berbintang dua. Hotel Mersi memiliki pelayanan istimewa dengan memiliki karyawan yang ramah dan merupakan salah satu hotel terbaik di Bukittinggi. Waktu penelitian ini dimulai dari bulan Maret 2018 sampai selesai.

#### **B. Jenis Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai, maka penelitian di golongkan kepada penelitian asosiatif kausal dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih yang bersifat sebab akibat.<sup>1</sup>

Pendekatan kuantitatif digunakan karena data yang digunakan untuk menganalisis pengaruh antar variabel dinyatakan dengan angka atau data berupa kata-kata atau kalimat yang dikonversi menjadi data yang berupa angka.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kuantitatif Dan R&D*( Bandung : Alfabeta, 2006) h. 36-37

<sup>2</sup>Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuntitatif* ( Jakarta : PT Raja Grafindo Persada 2010) h. 20

Penelitian ini bertujuan untuk mendiskripsikan hubungan kualitas pelayanan dan citra perusahaan di Hotel Mersi Bukittinggi, terhadap kepuasan pelanggan yang menginap di Hotel Mersi Bukittinggi, Sumatera Barat.

Penelitian ini menggunakan *analisis korelasi product moment* dan dibantu dengan menggunakan perangkat SPSS versi 21.

### C. Data dan Sumber Data

#### 1. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian koesioner yang bisa dilakukan oleh peneliti.<sup>3</sup> Sedangkan data primer dalam penelitian ini merupakan hasil penyebaran koesioner. Pengisi koesioner ini yaitu pelanggan yang menginap di Hotel Mersi Bukittinggi.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diambil secara tidak langsung dari sumbernya. Data sekunder biasanya mengambil dari dokumen-dokumen (laporan, karya tulis orang lain, koran, majalah) atau seseorang yang mendapatkan informasi dari orang lain.<sup>4</sup> Pada penelitian ini data sekunder diperoleh dari berbagai bahan pustaka, baik berupa buku, jurnal dan dokumen lainnya yang berhubungan dengan penelitian.

---

<sup>3</sup>Umar Husein, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada, 2004) h. 42

<sup>4</sup> Irawan Prasetya, *Logika Prosedur Penelitian, Pengantar Teori Dan Pengaduan Praktis Penelitian Sosial Bagi Mahasiswa Dan Peneliti Pemula*( Jakarta : STIA -LAN 1999) h. 86

## D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian, data yang dikumpulkan akan digunakan untuk memecahkan masalah yang ada sehingga data-data tersebut harus benar-benar dipercaya dan akurat. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah :

### 1. Angket (*koesioner*)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>5</sup> Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kousioner tertutup yang mana alternatif-alternatif jawabnya telah di sediakan dan instrumen yang digunakan berupa skala. Penelitian ini digunakan untuk memperoleh dari responden, yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menginap di Hotel Mersi Bukittinggi.

### 2. Dokumentasi

Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data sekunder dalam penelitian ini adalah dokumentasi melalui internet dan studi kepustakaan. Dokumentasi ini bertujuan untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan penulis. Data tersebut diperoleh dalam bentuk buku, jurnal dan berbagai literatur.

---

<sup>5</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017) h. 142

## E. Populasi Dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi merupakan pada sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian.<sup>6</sup> Menurut Rosady Ruslan populasi (*population*) data yang diteliti yaitu berkaitan dengan sekelompok orang, kejadian atau semua yang mempunyai karakteristik tertentu dan anggota populasi itu disebut dengan elemen populasi (*population element*).<sup>7</sup> Populasi bukan hanya orang sebagai objek/subjek penelitian, tetapi dapat juga pada benda-benda alam lainnya, dan termasuk jumlah (kuantitas atau kualitas) tertentu yang ada pada objek/subjek yang diamati, bahkan seluruh karakteristik tertentu yang dimiliki oleh objek atau subjek tersebut yang akan diteliti.<sup>8</sup>

Adapun dalam penelitian ini populasinya adalah pelanggan yang menginap di Hotel Mersi Bukittinggi.

### 2. Sampel

Sampel diambil secara representatif dimana sampel yang diambil mewakili jumlah populasi, sehingga pada akhirnya dapat digeneralisasikan. Tujuan sampel adalah menggunakan sebagian objek penelitian yang diselidiki tersebut untuk memperoleh informasi tentang populasi. Teknik pengambilan

---

<sup>6</sup> Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta : Rajawali, 2013) h. 161

<sup>7</sup> Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Publik Relation dan Komunikasi*, (Jakarta: PT Rajawali Pers, 2013), Cet. Ke-6, Ed 1, h.133

<sup>8</sup>*Ibid.*, h. 134

sampel yang digunakan adalah dengan metode kebetulan atau *accidental sampling* yang merupakan metode sampel *non probabilitas*. *Accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel yang terjadi secara kebetulan/berdasarkan faktor spontanitas. Artinya, siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan kriteria yang dikehendaki, maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel.

Rumus untuk menentukan jumlah sampel menurut pendapat Wibisono, adalah sebagai berikut:<sup>9</sup>

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

Keterangan:

$n$  = Jumlah sampel

$Z$  = Tingkat keyakinan dalam penentuan sampel 95% = 1,96

Moe = margin of error / kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi, ditetapkan sebesar 10%

Dari data populasi tersebut maka dapat ditarik sampel sebagai berikut:

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

$$n = \frac{1,96^2}{4 (0,1)^2}$$

---

<sup>9</sup> Yoan Santosa Putra, dkk, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan Pengguna Jasa Parkir (Studi Pada Mahasiswa Universitas Kanjuruhan Malang)*, Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen, Vol 20, No 20, 2015, h.5

$$n = \frac{3,8416}{0,04}$$

$$n = 96,04$$

Jadi sampel yang diambil sebesar 96 responden.

## F. Defenisi Operasional

Untuk menghindari pemahaman yang keliru dalam penelitian maka penulis akan menjelaskan secara operasional setiap variabel yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

Variabel penelitian merupakan objek penelitian atau sesuatu yang menjadi titik perhatian. Variabel dibedakan menjadi dua yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang nilainya tergantung dari variabel lain (Y) dan variabel independen (bebas) adalah variabel yang nilainya tidak tergantung pada variabel lain (X).<sup>10</sup>

Variabel penelitian dalam penelitian ini terdiri dari :

### 1. Kepuasan Konsumen (Y)

Kata kepuasan (*satisfaction*) yang berasal dari bahasa Latin “satis” artinya, cukup baik, memadai dan “*facio*” (melakukan atau membuat).<sup>11</sup>

Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.

<sup>10</sup> Suliyanto, *Ekonometrika Terapan* ( Yogyakarta ; Andi Offset, 2011) h. 7

<sup>11</sup> Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Servic, Quality & Satisfaction Edisi 2,,* (Jakarta : C.V Andi Offset, 2004), h. 195

Kepuasan adalah suatu perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk atau jasa dan harapannya.<sup>12</sup> Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai ekspektasi pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi maka pelanggan akan sangat puas.

Adapun indikator dari kepuasan pelanggan yaitu:

- a. Kesesuaian harapan
- b. Minat berkunjung kembali
- c. Ketersediaan merekomendasi

## 2. Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Kualitas pelayanan pada dasarnya merupakan kesesuaian antara dengan harapan dari pelanggan itu sendiri.<sup>13</sup>

Indikator kualitas pelayanan adalah :

- 1 Realibilitas
- 2 Daya tanggap
- 3 Jaminan
- 4 Empati

---

<sup>12</sup> Philip Kotler dkk, *Manajemen Pemasaran*, (Klaten: PT Macanan Jaya Cemarlang, 2009), h. 177

<sup>13</sup> Resti Julia Rajagukguk dan Kasmiruddin. *Op.Cit.* h. 4

5 Bukti fisik

### 3. Citra Perusahaan ( $X_2$ )

Citra merupakan hasil evaluasi dalam diri seseorang berdasarkan pengertian dan pemahaman terhadap rangsangan yang telah diolah, diorganisasikan, dan disimpan dalam benak seseorang, citra dapat diukur melalui pendapat, kesan atau respon seseorang dengan tujuan untuk mengetahui secara pasti apa yang ada dalam pikiran setiap individu mengenai suatu objek, bagaimana mereka memahaminya dan apa yang mereka sukai atau tidak disukai dari objek tersebut.<sup>14</sup>

Menurut Fortune menyatakan bahwa dalam melakukan pengukuran terhadap citra perusahaan membatasi 4 indikator, yaitu:

- a. Tanggung jawab sosial
- b. Inovasi
- c. Kualitas manajemen
- d. Kepercayaan

### G. Instrumen Penelitian

Instrument adalah suatu alat mengumpulkan data. Adapun bentuk instrument pengumpulan data primer adalah dengan menggunakan kuesioner atau angket. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini disusun dengan menggunakan Skala Likert. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk

---

<sup>14</sup> Andi Asrullah Akbar, *Pengaruh Citra Perusahaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko Maxcell Kendari*, (Kendari, Universitas Halu Oleo Kendar, 2017i), h. 8



mengukur sikap dalam suatu penelitian.<sup>15</sup> Teknik pengukuran yang ditetapkan adalah berdasarkan rangking atau peringkat yang ditanyakan, dimana responden hanya memilih satu dari lima alternatif yang disediakan yang masing-masing jawaban diberi skor seperti terlihat dibawah ini:

**Tabel 3.1**  
**Instrument Pernyataan Kepuasan**

No	Pertanyaan	Nilai
1	Sangat Puas	5
2	Puas	4
3	Cukup Puas	3
4	Tidak Puas	2
5	Sangat Tidak Puas	1

Untuk memperoleh instrumen yang baik maka perlu disusun kisi-kisi intrumen. Kisi-kisi instrumen penelitian yang akan dilakukan sebagai berikut :

**Tabel 3.2**  
**Kisi-kisi Intrumen Penelitian**

NO	Variabel	Indikator	Alat Ukur
1	Kualitas pelayanan (X <sub>1</sub> )	a. Realibilitas b. Daya tanggap c. Jaminan d. Empati e. Bukti fisik	<i>Skala Likert</i>
2	Citra perusahaan (X <sub>2</sub> )	a. Tanggung jawab sosial b. Inovasi c. Kualitas manajemen d. Kepercayaan	<i>Skala Likert</i>
3	Kepuasan pengguna jasa (Y)	a. Kesesuaian harapan b. Minat berkunjung kembali c. Ketersediaan merekomendasi	<i>Skala Likert</i>

<sup>15</sup> Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*,(Yogyakarta:Graha Ilmu,2006), hal.96

## H. Uji Instrumen Penelitian

Sebelum menggunakan instrumen terlebih dahulu dilakukan uji coba untuk mendapatkan butir pernyataan yang valid dan handal, maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

### 1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji analisis yang bertujuan untuk melihat seberapa kuat variabel-variabel yang diukur dengan variabel lain. Validitas menggambarkan bahwa pernyataan yang digunakan mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur (valid). Dari proses analisis dengan korelasi *product moment*, maka instrumen dinyatakan valid jika nilai *corrected item correlation* (r) lebih besar dari 0,3610.<sup>16</sup> Untuk menguji validitas instrumen digunakan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut :<sup>17</sup>

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Dimana :

r = Koefisien korelasi suatu item dengan nilai item total

$\sum X$  = Jumlah skor setiap item

$\sum X^2$  = Jumlah kuadrat skor item

$\sum Y$  = Jumlah skor seluruh item

$\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat skor seluruh item

<sup>16</sup>Idris, *Aplikasi Model Data Kuantitatif Dengan Program SPSS*, (Padang : Universitas Negeri Padang, 2012), h. 8

<sup>17</sup> Umar husein, *Op.Cit.* h. 132

$\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat skor seluruh item

$\sum XY$  = Jumlah hasil kali skor seluruh item

n = Jumlah responden

Kriteria pengujiannya adalah jika  $r_h \geq r_{tabel}$  berarti valid, sebaliknya jika  $r_h \leq r_{tabel}$  berarti tidak valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji ini juga digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran pada subjek yang sama atau dengan kata lain untuk menunjukkan adanya kesesuaian antara sesuatu yang dikur dengan alat pengukur yang dipakai.

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk menghitung indeks reabilitas yaitu dengan teknik *alfa cronbach*, dengan rumus:<sup>18</sup>

$$r_i = \left[ \frac{K}{K-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right]$$

Keterangan:

K = mean kuadrat antara subyek

$\sum s_i^2$  = mean kuadrat kesalahan

$s_t^2$  = jumlah pertanyaan atau pernyataan

### I. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam menginterpretasikan data-data temuan dari hasil penelitian guna menjawab pertanyaan yang ada sebagai berikut:

---

<sup>18</sup> Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: 2017, Alfabeta), Cet ke-28, hal.365

## 1. Metode Analisis Deskriptif

Merupakan proses penggolongan data yang telah didapat dari responden berikut:

### a. Verifikasi data

Yaitu memeriksa kembali koesioner yang telah diisi responden untuk memastikan apakah semua pertanyaan sudah dijawab dengan lengkap

### b. Menghitung nilai variabel

1) Mengitung nilai frekuensi dari variabel yang diteliti disetiap sub indikator. Kemudian dihitung persentasenya dengan menggunakan rumus berikut :

$$p = \frac{\text{frekuensi } (f)}{\text{Jumlah responden } (n)} \times 100\%$$

Dimana:

p = Persentase hasil yang dicari

f = Frekuensi hasil yang diperoleh

n = Jumlah responden yang akan dijadikan sampel

100% = Angkat tetap untuk persentase

2) Menghitung rata-rata skor total item dengan menggunakan rumus :

$$X = \frac{(5 \times fi) + (4 \times fi) + (3 \times fi) + (2 \times fi) + 1 \times fi}{n}$$

Dimana:

X = Skor rata-rata total item

$f_i$  = Frekuensi

$n$  = Jumlah responden

5 = Nilai untuk jawaban sangat setuju

4 = Nilai untuk jawaban setuju

3 = Nilai untuk jawaban netral

2 = Nilai untuk jawaban tidak setuju

1 = Nilai untuk jawaban sangat tidak setuju

3) Menghitung nilai TCR (Total Capaian Responden) dengan rumus:

$$TCR = \frac{R_s}{n} \times 100\%$$

Dimana :

TCR = Tingkat capaian responden

$R_s$  = Rata-rata skor jawaban responden

$N$  = Nilai skor jawaban

Nilai persentase dimasukkan ke dalam kriteria sebagai berikut:

a) Interval jawaban responden 81-100% = sangat puas

b) Interval jawaban responden 61-80% = puas

c) Interval jawaban responden 41-60% = cukup puas

d) Interval jawaban responden 21-40% = tidak puas

e) Interval jawaban responden  $\leq 20\%$  = sangat tidak puas

## 2. Analisis Korelasi

Untuk mencari hubungan antara dua variabel atau lebih dilakukan dengan menghitung korelasi antar variabel yang akan dicari hubungannya. Korelasi merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antar dua variabel atau lebih. Arah yang dinyatakan dalam bentuk hubungan positif atau negatif, sedangkan kuatnya hubungan dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi. Kuatnya hubungan antar variabel dinyatakan dalam koefisien korelasi. Koefisien korelasi positif terbesar = 1 dan koefisien korelasi negatif terbesar = -1, sedangkan yang terkecil adalah 0. Semakin kecil koefisien korelasi maka akan semakin besar eror untuk membuat prediksi.<sup>19</sup>

### 1 Korelasi *Product Moment*

Teknik korelasi ini digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel bila data kedua variabel berbentuk interval atau ratio, dan sumber data dari dua variabel atau lebih tersebut adalah sama.<sup>20</sup>

Rumus :

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 y^2}}$$

dimana:

$r_{xy}$  = korelasi antara variabel x dengan y

---

<sup>19</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 224-226

<sup>20</sup> *Ibid*, h. 228

$$x = (x_i - \bar{x})$$

$$y = (y_i - \bar{y})$$

## 2 Korelasi Determinasi (Ganda)

Korelasi ganda adalah angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antara dua variabel prediktor (independen) secara bersamaan dengan satu variabel kriteria (dependen). Di dalam penelitian ini korelasi ganda dilakukan untuk menganalisis hubungan secara bersama-sama antara variabel prediktor ( $X_1, X_2$ ) dengan variabel kriteria ( $Y$ ). Untuk menghitung korelasi ganda maka dihitung korelasi sederhana terlebih dahulu melalui korelasi Product Moment. Berikut rumus korelasi Ganda:

$$R_{yx_1x_2} = \sqrt{\frac{r_{yx_1}^2 + r_{yx_2}^2 - 2r_{yx_1}r_{yx_2}r_{x_1x_2}}{1 - r_{x_1x_2}^2}}$$

Dimana:

$R_{yx_1x_2}$  = korelasi antara variabel  $x_1$  dan  $x_2$  secara bersama-sama dengan variabel  $Y$

$r_{yx_1}$  = korelasi Product Moment antara  $x_1$  dengan  $y$

$r_{yx_2}$  = korelasi Product Moment antara  $x_2$  dengan  $y$

Besar kecilnya angka korelasi menentukan kuat lemahnya hubungan kedua variabel. Kriteria angkanya adalah sebagai berikut:

- 1) 0 – 0,25 adalah korelasi lemah
- 2) >0,25 – 0,5 adalah korelasi cukup

- 3)  $>0,5 - 0,75$  adalah korelasi kuat
- 4)  $0,75 - 1$  adalah korelasi sangat kuat

Dalam menguji hipotesis untuk mengetahui apakah angka korelasi tersebut signifikan atau tidak. Maka kriteria pengambilan keputusannya yaitu:

- 1) jika probabilitas  $<0,05$  hubungan kedua variabel signifikan
- 2) Jika probabilitas  $>0,05$  hubungan kedua variabel tidak signifikan.<sup>21</sup>



---

<sup>21</sup> Jonathan Sarwono, *Teori dan Praktik Riset Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2005), h. 66-67