

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Tempat Penelitian**

Tempat Penelitian penelitian ini dilaksanakan pada Rimba Papua Hotel yang terletak di Jl. Kwamki Narama, Kota Timika, Papua.

#### **3.2 Jenis dan Rancangan Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausal dengan teknik kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2016), Penelitian kausal adalah Penelitian yang mencoba untuk menentukan apakah ada pengaruh atau hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat, seberapa dekat pengaruh atau hubungan itu, dan apakah pengaruh atau hubungan itu signifikan. Kausal adalah hubungan sebab-akibat, yang diman satu variabel (independent) mempengaruhi variable yang lain (dependen).

Metode penelitian kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh (Sugiyono, 2011) yaitu metode penelitian berdasarkan filosofi positivis, digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan alat penelitian, analisis data kuantitatif/statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

#### **3.3 Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Dalam suatu penelitian, populasi yang dipilih mempunyai hubungan yang erat dengan masalah yang diteliti. Populasi menurut (Morissan, 2012) Populasi adalah sebagai suatu kumpulan subjek, variabel, konsep, atau fenomena. Kita dapat meneliti setiap anggota populasi untuk mengetahui sifat populasi yang bersangkutan yang dimana objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Rimba Papua Hotel.

## 2. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2017) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil selama penelitian. Selain itu, agar sampel yang dipilih dapat tercermin dalam sampel yang dipilih, itu harus mencerminkan semua karakteristik populasi. Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut (Sugiyono, 2017) *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dalam, di mana teknik pengambilan sampel ini hanya ditujukan kepada mahasiswa pelanggan Rimba Papua Hotel yang menginap lebih dari satu kali untuk dijadikan sampel penelitian. Alasan menggunakan teknik *purposive sampling* ini karena sesuai untuk digunakan untuk penelitian kuantitatif, atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi menurut (Sugiyono, 2017).

Berdasarkan penelitian ini karena jumlah pelanggan yang sangat banyak maka peneliti mengambil data pelanggan terhitung dari bulan oktober 2021 sampai dengan bulan juli 2022 yaitu berjumlah 176 pelanggan lalu menggunakan rumus slovin sehingga responden menjadi 123. dalam proses pengambilan sampel peneliti menggunakan rumus slovin menurut Sugiyono (2011:87).

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data pada penelitian ini yaitu menggunakan data primer. Data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau pihak pertama. Pada saat pengumpulan data primer tentunya ada hubungan (Kontak) langsung antara peneliti dengan responden (Noach dan

Rasyid,2012) pengumpulan data primer dilakukan dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner, kuisisioner merupakan instrumen yang dirancang secara spesifik untuk memperoleh informasi yang akan digunakan untuk kepentingan analisis,. metode ini dilakukan dengan memberikan pertanyaan dan pernyataan yang terstruktur dan sistematis yang berkaitan dengan permasalahan penelitian kepada konsumen. Sebelum diberikan kepada responden yang diberikan sampel pada penelitian ini, instrumen terlebih dahulu di validasi dan di uji reliabilitasnya. Penjelasan mengenai instrumen masing-masing variabel.

#### *3.4.1 Definisi Operasional*

Definisi operasional adalah untu menentukan, menilai, atau mengukur suatu variabel yang akan digunakan untuk penelitian.Obyek penelitia yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan Rimba Papua Hotel, variabel yang digunakann dalam penelitian ini adalah independen (X) dan variabel dependen (Y), penjelasan mengenai instrumen masing-masing variabel penelitian adalah sebagai berikut :

##### a) Variabel Independen (X)

Menurut sugiyono (2017:139) mendefinisikan variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen.

Dalam penelitian ini terdapat 3 variabel independen yang diteliti, yaitu :

##### 1. Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas pelayanan meruapakan ujung tombak bagi perusahaan karena berpengaruh pada kepuasan konsumen, dan munculnya kepuasan tersebut apabila pelayanan yang di berikan baik (Mulyapradana & Lazulfa, 2018).

Kotler dan Keller (2017) mengemukakan 5 indikator yang dominan atau menjadi penentu dari kualitas pelayanan, antara lain :

- a) Keandalan yaitu ketika suatu perusahaan mampu menimbulkan rasa percaya, cermat dan konsisten dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan apa yang telah disepakati, terpercaya dan akurat.
- b) Wujud, yaitu peralatan, penyampaian dalam berkomunikasi yang baik dan penampilan fisik penyedia pelayanan yang menunjang.
- c) Daya tanggap, yaitu kemauan dari pengusaha dan pegawai penyedia jasa pelayanan untuk membantu konsumen dengan tanggap dan cepat serta mampu mengatasi dan mendengar keluhan konsumen.
- d) Jaminan, yaitu kemampuan pegawai untuk memunculkan rasa percaya dan keyakinan terhadap janji yang disampaikan kepada konsumen.
- e) Empati, yaitu kesediaan pengusaha dan karyawan secara pribadi untuk lebih memberikan kepedulian kepada pelanggan.

## 2. Harga (X2)

Menurut Setiowaty & Winarningsih, (2017), harga merupakan jasa atau nilai yang dibayarkan dalam jumlah tertentu yang diberikan oleh konsumen dalam rangka sebagai pertukaran untuk mendapatkan manfaat dari menggunakan atau memiliki jasa atau barang.

Menurut Alma (2011), ada 4 (empat) indikator yang menjadi ciri dari daya saing harga dengan menyesuaikan harga dengan kualitas produk, antara lain :

- a) Keterjangkauan harga, yaitu daya beli konsumen yang menjadi dasar dalam aspek penetapan harga oleh penjual atau produsen.
- b) Kesesuaian harga dengan kualitas produk, yaitu kualitas dari suatu produk yang didapat oleh konsumen menjadi aspek dari penelitian harga oleh penjual atau produsen.
- c) Daya saing harga, yakni persaingan harga yang ditawarkan penjual ataupun produsen lain atas produk atau jasa yang sama.

d) Kesesuaian harga dengan manfaat, yakni kesesuaian manfaat yang diperoleh konsumen atas barang atau jasa yang telah dibeli sebagai dasar dari penetapan harga yang dilakukan oleh penjual atau produsen.

### 3. Citra Merek (X3)

Menurut Kotler dan Keller (2017), citra merek adalah asosiasi merek yang menjadi refleksi yang ada pada pikiran konsumen yang memunculkan persepsi konsumen terhadap suatu merek.

Menurut Keller & Swaminathan (2020, hlm. 235) terdapat tiga dimensi yang dapat dijadikan indikator *brand image*, yakni sebagai berikut.

#### 1. *Strength*

Produk dapat dikatakan kuat tergantung dari informasi yang disampaikan oleh perusahaan dapat diingat oleh pelanggan dan bagaimana pesan tersebut dapat diterima, sehingga hal ini menjadi bagian dari *brand image*. Terdapat dua faktor yang dapat memperkuat merek, yaitu *brand attributes* dan *brand benefit*. *Brand attributes* merupakan penggambaran secara deskriptif mengenai ciri-ciri dari barang atau jasa. Sementara itu *brand benefit* merupakan penilaian dari pelanggan terkait barang atau jasa.

#### 2. *Favorability*

Pelanggan memiliki pandangan yang positif terhadap suatu *brand* karena adanya keyakinan pelanggan terhadap barang atau jasa yang memiliki atribut yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

#### 3. *Uniqueness*

Menarik perhatian pelanggan harus memiliki keunikan atau perbedaan yang menarik dari barang atau jasa, yang bersifat *competitive* dan *sustainable*. Keunikan merupakan salah satu faktor alasan mengapa pelanggan membeli barang tersebut. Barang atau jasa harus memiliki keunikannya tersendiri agar menjadi pembeda dari kompetitor. Keunikan barang bisa dibedakan dari layanan dan penampilan fisik sebuah barang.

#### 4. Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2014), kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan menunjukkan tanggapan konsumen terhadap hasil dari rasa puas atau ketidakpuasan atas keinginan yang sebelumnya, ataupun kinerja yang lain dari produk yang di rasakan setelah melakukan pemakaian.

Menurut Sangadji & Sopiah (2013), terdapat 4 (empat) indikator kepuasan pelanggan, antara lain :

- a) Perasaan puas, (puas dalam artian pada pelayanan dan produknya), yaitu rasa yang muncul dalam diri konsumen ketika menggunakan produk yang berkualitas dan saat menerima pelayanan yang baik baik.
- b) Selalu membeli produk, yaitu bila pelanggan merasakan harapan yang di inginkan tercapai, maka kesetiaan untuk terus menggunakan dan membeli produk akan tercipta.
- c) Akan merekomendasikan kepada orang lain, yaitu munculnya pelanggan baru bagi perusahaan karena adanya promosi secara tidak langsung oleh pelanggan sebelumnya yang merasakan kepuasan ketika menggunakan jasa atau produk suatu perusahaan.
- d) Terpenuhinya harapan konsumen setelah melakukan pembelian, yaitu perasaan atau harapan yang muncul dari pelanggan setelah melakukan pembelian produk dengan kualitas yang sesuai dengan yang diharapkan.

#### *3.4.2 Kalibrasi/ Uji Coba Instrumen*

Instrumen yang baik adalah instrumen yang valid dan reliabel. Oleh karena itu perlu dilakukan uji coba untuk melihat koefisien validitas dan reliabilitas yang sudah dibuat. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang

digunakan telah dapat mengukur konsep yang akan diukur. Sedangkan realibilitas bertujuan mengetahui kemantapan atau konsistensi suatu alat ukur.

### 1. Validitas

Kriteria validitas instrumen ditentukan melalui validitas butir pernyataan. Butir-butir pernyataan dalam instrumen dinyatakan valid jika  $R_{hitung} > R_{tabel}$  pada taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$ .

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

Keterangan:

R = Koefisien kolerasi

$\sum X$  = Jumlah skor item

$\sum Y$  = Jumlah skor seluruh pertanyaan

n = Jumlah responden uji coba

### 2. Reliabilitas

Reliabilitas adalah ketepatan atau tingkat presisi suatu ukuran atau alat ukur. Pengujian reliabilitas dilakukan untuk melihat sejauh mana alat ukur dapat memberikan hasil yang relatif tidak berbeda bila dilakukan pengukuran kembali terhadap gejala yang sama pada saat yang berbeda. Pengujian reliabilitas ini bertujuan untuk memperoleh alat ukur yang stabil dengan tingkat akurasi yang baik. Pengujian reliabilitas instrumen kualitas pelayanan, harga, citra merek, dan kepuasan pelanggan menggunakan rumus Alpha Crombach. Tingkat reliabilitas dengan metode Alpha Cronbach diukur berdasarkan skala Alpha 0-1.

$$r = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

r = Koefisien reliabilitas instrument (Alpha Cronbach)

$k$  = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum ob^2$  = Jumlah varian butir

$ot^2$  = Varians total

### 3.5 Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul dalam penelitian ini akan dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif dan statistik inferensial.

#### 3.6.1 Statistik Deskriptif Variabel

Penelitian Statistik deskriptif dimaksudkan untuk memberikan gambaran umum penyebaran atau distribusi data. Data yang akan diolah dengan menggunakan teknik statistik deskriptif akan menggambarkan rata-rata (Mean), nilai tengah (Median), nilai yang sering muncul (Modus), simpangan baku (standard deviation), distribusi frekuensi (variant), nilai maksimum (Max), nilai minimum (Min), rentang antara nilai maksimum dan minimum (range), keragaman data (variant sample), total nilai (Sum), banyak kelas, rentang kelas, dan disertai grafik histogram dari masing-masing variabel penelitian.

#### 3.6.2 Statistik Inferensial

Uji statistik inferensial digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis. Beberapa uji statistik inferensial yang dilakukan antara lain sebagai berikut:

A. Pengujian Asumsi Klasik

B. Uji Normalitas

Normalitas data merupakan hal yang penting karena dengan data yang terdistribusi normal, maka data tersebut dianggap dapat mewakili populasi. Uji normalitas berguna untuk menentukan apakah data yang telah dikumpulkan merupakan distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dengan Skewness dan Kurtosis mempunyai kelebihan yang tidak dapat diperoleh dari uji normalitas yang lain. Dimana dengan uji Skewness dan Kurtosis akan dapat diketahui grafik normalitas menceng ke kanan atau ke kiri, terlalu datar atau mengumpul di tengah. Oleh karena itu, uji normalitas dengan Skewness dan Kurtosis juga sering disebut dengan ukuran kemencengan data. Cara dalam menguji normalitas dari



nilai Skewness dan Kurtosis yang diperoleh dengan membandingkan antara nilai Statistic Skewness dibagi dengan Std Error Skewness, atau nilai Statistik Kurtosis dibagi dengan Std Error Kurtosis. Dimana jika skor berada antara -2 dan 2 aka distribusi normal (Proyanto,D:2014)

### C. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linier, kuadrat atau kubik. Dengan uji linieritas akan diperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya linier, kuadrat atau kubik.(Imam Ghazali:2013) Beberapa uji dapat dilakukan seperti uji Durbin Watson dan Ramsey Test. Untuk mendapatkan nilai R2 untuk menghitung F statistik dalam rumus Ramsey Test dengan rumus:Uji linieritas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linier, kuadrat atau kubik. Dengan uji linieritas akan diperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya linier, kuadrat atau kubik.46 Beberapa uji dapat dilakukan seperti uji Durbin Watson dan Ramsey Test. Untuk mendapatkan nilai R2 untuk menghitung F statistik dalam rumus Ramsey Test dengan rumus:

$$F = \frac{(R^2_{new} - R^2_{old})/m}{(1 - R^2_{new})/(n - k)}$$

Keterangan:

- m : Jumlah variabel independen yang baru masuk
- n : Jumlah data observasi
- k : Banyaknya parameter dalam persamaan yang baru
- r2new : Nilai R2 dari persamaan regresi baru
- r2old : Nilai R2 dari persamaan regresi awal

### D. Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2011:139) uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari suatu

pengamatan ke pengamatan lain. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Pada penelitian ini akan dilakukan uji heteroskedastisitas menggunakan uji glesjer yaitu mengkorelasikan nilai absolut residual dengan masing-masing variabel. Hasil dari uji glesjer menunjukkan tidak ada heteroskedastisitas apabila dari perhitungan SPSS nilai probabilitas signifikansiyadiatas tingkat kepercayaan 5% (Ghozali,2011: 143).

#### E. Uji Hipotesis

##### A. Mencari Koefisien Determinasi

Mencari koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Adapun cara menghitung kontribusi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah  $R^2$ . Untuk mengetahui besarnya variabel variabel bebas terhadap variabel terikat dengan angka presentase, maka menggunakan rumus sebagai berikut:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD : Koefisien determinasi

R : Koefisien

##### B. Uji Regresi

Menurut Sugiyono (2012:277) regresi digunakan oleh peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan variabel dependen, bila kedua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Analisis regresi linier berganda berfungsi untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari beberapa independen terhadap variabel dependen. Uji regresi sederhana dalam penelitian ini adalah untuk menemukan persamaan regresi sederhana variabel kepuasan pelanggan (Y) atas variabel kualitas pelayanan (X) yang dirumuskan

dalam bentuk  $\hat{Y} = a + bX$ . Perhitungan linieritas regresi sederhana menggunakan persamaan :

$$Y = a + bX$$

Keterangan

Y = Linieritas regresi

a = Nilai linieritas regresi apabila harga x dimanipulasi

b = Nilai Koefisien regresi

X = Nilai variabel X

Dimana a = konstanta, b = koefisien regresi (slope), yang nilainya dapat diperoleh dari data sampel. Untuk memperoleh nilai a dan b dibutuhkan pasangan data (X,Y) sebanyak n. Pada analisis regresi data variabel X dan Y mensyaratkan data sampel yang terpilih harus random, berdistribusi normal, dan homogen.