

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang akan menitik beratkan pada pengujian hipotesis yang dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda yang akan menghasilkan kesimpulan dari penelitian yang dilaksanakan. Menurut Fatihudin (2019 : 24) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan pendekatan yang bersifat obyektif, mencakup pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta menggunakan metode deskriptif, yaitu penelitian yang hanya memamparkan atau menggambarkan saja suatu karakteristik tertentu dari suatu fenomena.

#### **B. Identifikasi Variabel**

##### **1) Variabel Bebas**

Variabel independen disebut juga sebagai variabel stimulus, kausal, resiko dan antesenden. Variabel bebas adalah variabel yang mendasari sebab perubahannya atau munculnya variabel dependen (Sugiyono, 2013:39). Ada pun yang menjadi variabel bebas adalah kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ),

##### **2) Variabel Terikat**

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel konsekuen, variabel *output*, variabel kriteria, variabel efek dan variabel terpengaruh. Variabel terikat adalah variabel yang ditimbulkan atau yang menyebabkan suatu akibat, karena adanya

variabel bebas (Sugiyono, 2013:39). Variabel dependen (terikat) dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (Y).

### **C. Definisi Operasional Variabel**

Penelitian ini mencoba menguji seberapa besar pengaruh antara dua variabel (X) dan variabel (Y). Untuk memudahkan pengertian dan untuk menghindari kesalahan pengertian, maka perlu diidentifikasi variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

#### **1) Kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>)**

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Indikator kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2011:198) adalah sebagai berikut :

- a) Reliabilitas (*Reliability*), merupakan kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
- b) Daya Tanggap (*Responsiveness*), merupakan kemampuan para staf untuk membantu para konsumen dan memberikan layanan dengan tanggap.
- c) Jaminan (*Assurance*), merupakan pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
- d) Empati (*Empathy*), merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen.

- e) Bukti Fisik (*Tangible*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi

## 2) Harga (X<sub>2</sub>)

Harga yang diberikan Hotel Tanjung Kodok Beach Resort Lamongan. Menurut Stanton (Lembang, 2010:24) indikator harga adalah sebagai berikut :

- a) Keterjangkauan harga

Harga yang ditawarkan oleh perusahaan terjangkau bagi semua kalangan, dan bisa dinikmati oleh siapa saja.

- b) Daya saing harga

Harga yang ditawarkan oleh perusahaan bersaing dengan perusahaan yang menawarkan produk yang sejenis.

- c) Kesesuaian harga dengan kualitas

Harga yang ditawarkan oleh perusahaan sesuai dengan kualitas produk yang dijual.

- d) Kesesuaian harga dengan manfaat produk

Harga yang ditawarkan oleh perusahaan sesuai dengan manfaat dari produk yang dijual.

## 3) Kepuasan Pelanggan

Kepuasan merupakan perasaan senang atau positif dari pelanggan karena kualitas pelayanan yang diberikan Hotel Tanjung Kodok Beach Resort Lamongan sesuai dengan harapan pelanggan. Adapun beberapa indikator kepuasan pelanggan dalam penelitian ini, menurut Kotler dan Keller (2012:140) adalah sebagai berikut:

- a) *Re-Purchase* (pembelian kembali), dimana para pelanggan tersebut kembali lagi dan akan membeli ulang pada perusahaan untuk mencari produk atau jasa.
- b) Menciptakan citra merek, akan menyebabkan konsumen mempunyai citra yang positif mengenai Hotel Tanjung Kodok Beach Resort Lamongan.
- c) Menciptakan *word of mouth*, para pelanggan akan mengatakan suatu hal-hal yang baik dan bersifat yang positif tentang perusahaan pada orang lain.
- d) Menciptakan keputusan pembelian kepada perusahaan yang sama

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah :

##### **1) Data primer**

Penulis menggunakan data primer, adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari objek penelitian Fatihudin (2019:116). Data ini diperoleh dari teknik pengumpulan data dengan cara mengalami langsung objek yang akan di teliti, yaitu aktivitas Hotel Tanjung Kodok Beach Resort Paciran Lamongan. Skala yang digunakan adalah skala Likert dengan kriteria sebagai berikut:

1 : Sangat Tidak Setuju

2 : Tidak Setuju

3 : Ragu – Ragu

4 : Setuju

5 : Sangat Setuju

## 2) Data Sekunder

Metode ini dilakukan berkaitan dengan obyek dan subyek peneliti melalui pencatatan dokumen, arsip-arsip dan bahan kepustakaan, peraturan-peraturan dan sebagainya (Arikunto, 2010:177). Metode ini digunakan sebagai pelengkap untuk memperoleh data sebagai alat informasi yang mendukung dalam penelitian.

### E. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan elemen atau unsur yang akan kita teliti Fatihudin (2019:64). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan pada Hotel Tanjung Kodok Beach Resort Paciran Lamongan, yaitu 135 orang

#### 2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi (Fatihudin, 2019:49) penarikan sampel dilakukan dengan *purposive sampling*, yaitu sampel yang sengaja dipilih yaitu subjek yang tidak hanya sebagai pelaku langsung, akan tetapi yang sesuai dengan fokus kerja peneliti. Peneliti hanya mengambil sampel dengan menyebarkan kuesioner pada pelanggan yang melakukan transaksi di Hotel Tanjung Kodok Beach Resort Paciran Lamongan sebanyak 100 orang. Penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus *representative* (mewakili) agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin (Fatihudin, 2019:53) untuk sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Keterangan:

$n$  = Ukuran sampel

$N$  = Ukuran populasi

$e$  = batas toleransi kesalahan Konstanta (0,05 atau 5%)

Jadi dapat disimpulkan :

$$n : \frac{135}{1+135 (5\%)}$$

$$n : \frac{135}{1.3375}$$

$$n : 100,93 \rightarrow 100 \text{ responden}$$

Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang, untuk menambah validitas dari hasil tersebut, maka peneliti membulatkan menjadi 100 responden.

#### **F. Teknik Pengolahan Data**

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini adalah dengan melakukan kegiatan dengan langkah-langkah (Fatihudin, 2019:133-138) sebagai berikutnya :

- 1) *Editing* adalah melihat kejelasan dan kelengkapan pengisian instrument pengumpulan data, dengan tujuan untuk mencari kesalahan-kesalahan didalam kuesioner atau juga kurang adanya kesamaan didalam pengisian kuesioner.
- 2) *Coding* adalah proses identifikasi dan klasifikasi dari setiap pertanyaan atau pernyataan yang terdapat dalam instrumen pengumpulan data menurut variabel-variabel yang diteliti. *Coding* dilakukan setelah editing. *Coding* adalah pemberian kode-kode atau angka-angka tertentu terhadap

kolomkolom, variabel-variabel yang ditanyakan dalam kuesioner berkaitan dengan keterangan tertentu yang diperlukan.

- 3) *Skoring* yaitu pemberian nilai pada tanggapan responden, pemberian skor pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan skala Likert. Kriteria penilaian ini digolongkan dalam lima tingkatan dengan penilaian sebagai berikut:
  - a. Jawaban sangat setuju, diberi skor 5
  - b. Jawaban setuju, diberi skor 4
  - c. Jawaban ragu, diberi skor 3
  - d. Jawaban tidak setuju, diberi skor 2
  - e. Jawaban sangat tidak setuju, diberi skor 1
- 4) Tabulasi data yaitu mencatat data ke dalam tabel induk penelitian. Pengolahan data menggunakan program komputer excel maupun program statistik lainnya. Kuesioner yang telah diisi oleh responden dapat langsung dimasukkan ke dalam program komputer, sehingga hasil pengolahan datanya (*output*) akan keluar sesuai dengan yang dipilih programnya.

## **G. Uji Instrumen**

### a) Menguji Validitas

Uji validitas dilakukan berkenaan dengan ketepatan alat ukur terhadap konsep yang diukur sehingga benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Perhitungan korelasi yang digunakan adalah korelasi *product moment* dari pearson (Ghozali, 2011:125). Kriteria dari uji validitas adalah sebagai berikut :

Berdasarkan nilai  $\alpha = 0,05$  dan nilai  $df = n - 2$

Suatu butir pertanyaan dikatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$

Suatu butir pertanyaan dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$

#### b) Menguji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya sebagai pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Uji reliabilitas ini digunakan untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan dari indikator-indikator dari variabel yang diamati. Koefisien reliabilitas diketahui dari besarnya koefisien alpha ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha*  $> 0,6$  (Ghozali. 2011:126).

### H. Analisis Data

#### 1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terdiri dari Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas Dan Uji Multikolonieritas.

##### a. Uji Normalitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Menurut Ghozali (2011:129) ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan cara :

- i. Analisis grafik : pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.



- ii. Uji Stastitik, yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik Kolmogrov-Smirnov (K-S) dengan uji 1 sampel.

Didapatkan angka signifikan jauh di atas 0,05 yang berarti nilai residual terdistribusi secara normal atau memenuhi asumsi klasik ( $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima).

#### **b. Uji Heterokedastisitas**

Uji ini bertujuan menguji dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual (kesalahan pengganggu) satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika variasi dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Dasar analisisnya sebagai berikut :

- 1) Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### **c. Uji Multikolonieritas**

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (*independent*) Ghazali, 2011:145). Jika

nilai  $VIF < 10$  dan nilai  $tolerance > 0,10$  maka regresi bebas dari multikolinieritas (Ghozali, 2013:104).

## 2. Uji Regresi Linier Berganda

Dalam upaya menjawab permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan analisis regresi linear berganda (*Multiple Regression*). Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel penjelas/bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan/atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai-nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui (Ghozali, 2011:145). Untuk regresi yang variabel independennya terdiri atas dua atau lebih, regresinya disebut juga regresi berganda. Persamaan Regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Rumus matematis dari regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Dimana :

$Y$  = Kepuasan pelanggan

$\alpha$  = Konstanta

$X_1$  = Kualitas pelayanan

$X_2$  = Harga

$\beta_1$  = Koefisien regresi variabel (Kualitas pelayanan)

$\beta_2$  = Koefisien regresi variabel (Harga)

$e$  = *Standart error estimate*

### 3. Analisis Koefisien determinan berganda ( $R^2$ ) dan koefisien korelasi berganda (R)

Analisis koefisien determinan berganda digunakan untuk mengukur besar kontribusi variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) secara parsial terhadap variabel terikat Kepuasan pelanggan (Y). Analisis koefisien korelasi berganda digunakan untuk mengukur keeratan hubungan variabel bebas (kualitas produk, harga, dan citra merek) secara parsial terhadap variabel terikat (keputusan pembeli).

### 4. Uji t

Uji t atau yang disebut dengan uji hipotesis adalah suatu metode statistik yang digunakan untuk menguji tingkat signifikansi atau tingkat kepercayaan dari koefisien regresi. Untuk menguji signifikansi tidaknya variabel Kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan (Y) secara parsial dan dominan digunakan uji hipotesis parsial (uji t). Rumus uji-t menurut Algifari (2013) sebagai berikut :

$$t_h = \frac{b_i}{SE_{b_i}}$$

Keterangan :

$t_h$  = Nilai hitung uji signifikansi

$b_1$  = Koefisien regresi parsial

$SE_{b_1}$  = Deviasi standar koefisien regresi

Syarat-syarat daerah penerimaan dan penolakan hipotesis ditetapkan sebagai berikut :

1. Pengujian memakai uji satu sisi dengan  $\alpha$  sebesar 5%
2. Menggunakan distribusi t dengan derajat kebebasan  $F = n-k$  dan nilai kritis yaitu  $t(\alpha/2, n-k)$
3. Hipotesis statistik
  - a)  $H_0 : b_1 = b_2 = 0$ , artinya tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ).
  - b)  $H_1 : b_1 \neq b_2 \neq 0$ , artinya ada pengaruh antara kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ).
4. Kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis
  - a) Jika nilai  $sign < 0,05$ , maka terdapat pengaruh yang signifikan.
  - b) Jika nilai  $sign > 0,05$ , maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan

## 5. Uji F

Uji F atau disebut dengan uji hipotesis simultan adalah metode statistic yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji F dilakukan untuk menguji kesesuaian model regresi linier berganda. Nilai F dapat dilihat dari output dengan menggunakan program SPSS 20 , analisis uji F dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui kecocokan antara variabel bebas yang terdiri Kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) apakah berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) sebagai variabel terikat. Adapun syarat-syarat daerah penerimaan dan penolakan hipotesis sebagai berikut

1. Memakai uji satu sisi kanan dengan  $\alpha$  sebesar 5%
2. Menggunakan distribusi F dengan dua derajat kebebasan ( $dk$ ), yaitu  $dk_1 = (k-1)$  dan  $dk_2 = (n-k)$  serta nilai kritis =  $F(\alpha, k-1, n-k)$

3. Hipotesis statistic

a)  $H_0 : b_1 = b_2 = 0$ , artinya Tidak ada pengaruh secara simultan antara Kualitas pelayanan (X1) dan Harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

b)  $H_1 : b_1 \neq b_2 \neq 0$ , artinya Ada pengaruh secara simultan yang signifikan antara kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Adapun kriteria pengujian dengan uji F adalah dengan membandingkan tingkat signifikan dari nilai ( $F \alpha = 0.05$ ) dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika nilai  $sign < 0,05$ , maka terdapat pengaruh simultan yang signifikan.
2. Jika nilai  $sign > 0,05$ , maka tidak terdapat pengaruh simultan yang signifikan