

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Bentuk dalam penelitian ini adalah penelitian jenis data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013: 13), metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode *positivistic* karena berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei. Penelitian survei ini adalah pengumpulan data yang menggunakan instrument kuesioner atau wawancara untuk mendapatkan tanggapan dari responden. Penelitian ini berdasarkan tingkat eksplansinya digolongkan dalam penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan “penelitian yang mencari hubungan atau pengaruh sebab akibat yaitu hubungan atau pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)”.

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala rating, dengan menggunakan skala Likert. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat seseorang atau sekelompok orang terhadap potensi dan permasalahan suatu objek, rancangan suatu produk.

3.2. Lokasi dan Periode Penelitian

3.2.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil objek penelitian disebuah perusahaan yang bergerak pada bidang jasa, yaitu pada Hotel Edotel Syariah Banjarmasin, Jl. Brigjend H.Hasan Basri No.07 Kecamatan Banjarmasin Utara, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan.

3.2.2. Periode Penelitian

Penelitian yang dilakukan pada Hotel Edotel Syariah Banjarmasin ini mulai dilaksanakan peneliti pada bulan Februari 2022 sampai selesai.

3.3. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Operasional Variabel penelitian pada dasarnya adalah suatu atribut atau sifat nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012). Operasional Variabel adalah kegiatan atau proses yang dilakukan peneliti untuk mengurangi tingkat abstraksi konsep sehingga konsep tersebut dapat diukur (Zulganef, 2008).

Variabel Bebas (*Independent Variable*) variabel ini sering disebut sebagai variable stimulus, *predictor*, *antededent*. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (variabel terikat) (Sugiyono, 2012). Adapun variabel *independent* dalam penelitian ini terdiri dari :

1. Kualitas Pelayanan (X1) Kualitas Layanan dapat di definisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh, Parasuraman, et al. dalam Lupiyoadi, (2011; 195).
2. Harga (X2) Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut, Kotler (2010; 439).

Variabel terikat (*Dependen Variable*) Sering disebut variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012).

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan (Y). Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktifitas bisnis. Kepuasan Pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya transaksi masa depan dan meningkatnya efisiensi dan produktifitas karyawan, Tjiptono (2014; 361).

Tabel 3.1

Instrument Variabel dan Indikator

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Kualitas Pelayanan (X1) Lupiyoadi (2011: 196)	Kualaitas Layanandapat didefininisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh	<ul style="list-style-type: none"> a. <i>Reliability</i> (Keandalan) b. <i>Assurance</i> (Berwujud) c. <i>Tangibles</i> (Berwujud) d. <i>Emphaty</i> (Empati) e. <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap) 	Skala Likert 1-5
Harga (X2) Kotler dan Armstrong (2012: 314)	Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.	<ul style="list-style-type: none"> a. Keterjangkauan Harga b. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga c. Kesesuaian harga dengan kualitas produk d. Kesesuaian harga dengan manfaat 	Skala Likert 1-5

Bersambung...

Sambungan...

Kepuasan Pelanggan (Y) Tjiptono (2014: 361)	Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktifitas bisnis.	<ul style="list-style-type: none"> a. Kesesuaian harapan b. Minat berkunjung Kembali c. Kesiediaan merekomendasikan 	Skala Likert 1-5
---------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------

Sumber data diolah Kembali, 2022

Berdasarkan tabel instrument variabel dan Indikator diatas terdapat pertanyaan dimasing-masing indikator yaitu:

3.3.1 Pertanyaan Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

a. *Tangibles*

1. Kamar dan fasilitas Hotel Edotel Syariah Banjarmasin disajikan dengan menarik
2. Hotel Edotel Syariah Banjarmasin memiliki interior kamar yang lengkap, nyaman, bersih, bertata dengan baik dan sesuai dengan brosur/iklan
3. Hotel Edotel Syariah Banjarmasin memiliki fasilitas lengkap seperti ruang meeting, restaurant, musholla, business center
4. Karyawan Hotel Edotel Syariah Banjarmasin berpakaian dan berpenampilan menarik

b. Empathy

1. Karyawan Hotel Edotel Syariah Banjarmasin menjalin komunikasi dan hubungan yang baik terhadap pelanggan
2. Anda mudah untuk menghubungi karyawan Hotel Edotel Syariah Banjarmasin
3. Hotel Edotel Syariah Banjarmasin sungguh-sungguh memperhatikan kepentingan Anda
4. Karyawan Hotel Edotel Syariah Banjarmasin memahami kebutuhan Anda

c. Responsiveness

1. Pihak Hotel Edotel Syariah Banjarmasin selalu siap dalam memberikan pelayanan
2. Pihak Hotel Edotel Syariah Banjarmasin cepat dalam memberikan pelayanan
3. Pihak Hotel Edotel Syariah Banjarmasin selalu bersedia membantu pelanggan
4. Hotel Edotel Syariah Banjarmasin menanggapi setiap permintaan pelanggan secara cepat

d. Reliability

1. Hotel Edotel Syariah Banjarmasin menepati janji mereka untuk melakukan sesuatu pada waktu yang ditentukan
2. Hotel Edotel Syariah Banjarmasin bersikap simpatik terhadap masalah pelanggan

3. Hotel Edotel Syariah Banjarmasin dapat diandalkan/dipercaya
 4. Hotel Edotel Syariah Banjarmasin memberikan jasanya sesuai dengan waktu yang dijanjikan
- e. Assurance*
1. Anda dapat mempercayai karyawan Hotel Edotel Syariah Banjarmasin
 2. Anda merasa aman melakukan transaksi dengan karyawan Hotel Edotel Syariah Banjarmasin
 3. Karyawan Hotel Edotel Syariah Banjarmasin mendapatkan dukungan yang memadai dari institusinya sehingga dapat melaksanakan tugasnya dengan baik
 4. Kemampuan karyawan Hotel Edotel Syariah Banjarmasin dalam menciptakan rasa keyakinan dalam menentukan pilihan kamar sangat baik

3.3.2 Pertanyaan Variabel Harga (X2)

- a. Keterjangkauan Harga
 1. Harga kamar yang ditawarkan Hotel Edotel Syariah Banjarmasin terjangkau oleh pelanggan
 2. Harga kamar Hotel Edotel Syariah Banjarmasin yang terjangkau membuat pelanggan dapat menginap
 3. Tersedianya potongan harga bagi para pelanggan Hotel Edotel Syariah Banjarmasin

4. Hotel Edotel Syariah Banjarmasin menawarkan harga yang sesuai dengan daya beli masyarakat
- b. Harga Sesuai Daya Saing Harga
1. Harga kamar yang ditawarkan Hotel Edotel Syariah Banjarmasin mampu bersaing dengan hotel lainnya
 2. Harga kamar yang ditawarkan Hotel Edotel Syariah Banjarmasin sesuai dengan kemampuan pelanggan
 3. Harga kamar yang ditawarkan Hotel Edotel Syariah Banjarmasin cenderung rendah
 4. Hotel Edotel Syariah Banjarmasin menawarkan harga yang dapat dikategorikan wajar dengan hotel sejenis lainnya
- c. Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk
1. Hotel Edotel Syariah Banjarmasin menyediakan produk-produk dengan kualitas baik
 2. Harga yang ditawarkan Hotel Edotel Syariah Banjarmasin sesuai dengan kualitas produk yang diberikan
 3. Harga yang ditawarkan Hotel Edotel Syariah Banjarmasin bervariasi sesuai dengan fasilitas dari kamar tersebut
 4. Hotel Edotel Syariah Banjarmasin menawarkan *business center* dengan harga yang saya harapkan
- d. Kesesuaian Harga Dengan Manfaat
1. Harga yang ditawarkan Hotel Edotel Syariah Banjarmasin sebanding dengan manfaat yang dirasakan pelanggan

2. Harga yang ditawarkan Hotel Edotel Syariah Banjarmasin memiliki manfaat yang bagus dibandingkan Hotel lain
3. Biaya yang dikeluarkan pelanggan sesuai dengan manfaat yang dirasakan
4. Hotel Edotel Syariah Banjarmasin menawarkan harga yang sesuai dengan fasilitas dan pelayanan yang disediakan

3.3.3 Pertanyaan Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

a. Kesesuaian Harapan

1. Keramahan karyawan dalam melayani tamu Hotel sesuai harapan
2. Fasilitas kamar yang diinginkan sesuai dengan yang diharapkan
3. Kebutuhan seluruh pesanan pelanggan kenyamanan tempat tidur di hotel bagi tamu sesuai dengan harapan
4. Terpenuhinya kebutuhan pelanggan Hotel atas jasa yang diberikan
5. Merasa senang dengan pelayanan yang diberikan pihak Hotel

b. Minat Berkunjung Kembali

1. Pengalaman langsung dalam menginap di Hotel Edotel Syariah Banjarmasin memunculkan keinginan untuk menginap kembali
2. Keinginan menggunakan fasilitas kamar Kembali karena telah memenuhi harapan
3. Keinginan menggunakan fasilitas kamar Kembali karena karyawan yang berperilaku baik selama pelayanan
4. Keinginan berminat untuk berkunjung Kembali ke Hotel Edotel Syariah Banjarmasin karena produk yang disajikan memuaskan

5. Keinginan berminat untuk berkunjung Kembali ke Hotel Edotel Syariah Banjarmasin karena pelayanannya memuaskan
- c. Kesiediaan Merekomendasikan
1. Saya berkeinginan merekomendasikan pada kenalan untuk menginap di Hotel Edotel Syariah Banjarmasin
 2. Saya merekomendasikan Hotel Edotel Syariah Banjarmasin sebagai salah satu tujuan menginap kepada kenalan saya karena harga yang di tetapkan oleh pihak hotel lebih murah dibandingkan yang lain
 3. Saya merekomendasikan Hotel Edotel Syariah Banjarmasin sebagai salah satu tujuan menginap kepada kenalan saya karena pelayanannya sangat memuaskan
 4. Saya merekomendasikan Hotel Edotel Syariah Banjarmasin sebagai salah satu tujuan menginap kepada kenalan saya karena produk yang disajikan sangat memuaskan
 5. Saya tidak akan merekomendasikan Hotel Edotel Syariah Banjarmasin sebagai tempat menginap kepada kenalan saya

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generaliasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2012: 119).

Sedangkan menurut Arikunto (2013: 173) populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian. Jadi yang dimaksud populasi adalah individu yang memiliki sifat yang sama walaupun presentase kesamaan itu sedikit, atau dengan kata lain seluruh individu yang akan dijadikan sebagai obyek penelitian dalam penelitian ini adalah populasi konsumen yang menginap pada Hotel Edotel Syariah Banjarmasin.

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh tamu yang menginap selama tahun 2021 populasi tamu yang menginap berjumlah 302. Seperti tabel berikut:

Tabel 3.2

Jumlah Pelanggan Hotel Edotel Syariah Banjarmasin pada Tahun 2021

No	Bulan	Jumlah
1	Januari	10
2	Februari	22
3	Maret	39
4	April	17
5	Mei	18
6	Juni	44
7	Juli	26
8	Agustus	13
9	September	18
10	Oktober	32
11	November	25
12	Desember	38
	Jumlah	302

Sumber : data diolah 2022

3.4.2. Sampel

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *nonprobability sampling* yaitu adalah teknik pengambilan sampel yang tidak diberi peluang atau kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik *nonprobability sampling* yang digunakan yaitu dengan *sampling incidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Non-probability Sampling menurut (Sugiyono, 2017:84) adalah sebagai berikut: “Nonprobability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”.

Menurut Arikunto (2012: 104) jika jumlah populasinya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan, tetapi jika populasinya lebih besar dari 100 orang, adalah pelanggan Hotel Edotel Syariah Banjarmasin selama tahun 2021. Dimana dalam penelitian ini penulis hanya memilih konsumen yang pernah menginap pada Hotel Edotel Syariah Banjarmasin untuk dijadikan sampel.

Ridwan (2010: 56) sampel adalah bagian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Adapun teknik

sampel data penelitian ini menggunakan random sampling. Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis menentukan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus slovin (dalam Husein Umar, 2002:141) dengan kelonggaran ketidaktelitian sebesar 10% yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir yaitu sebesar 10% atau sebesar 0,1. Sehubungan dengan keterbatasan waktu dan biaya maka tingkat kesalahan ini dipilih. Dalam rumus slovin, tingkat kesalahan 10% masih dapat digunakan.

Dalam penelitian ini jumlah populasi pelanggan adalah seluruh pelanggan yang menginap pada Hotel Edotel Syariah Banjarmasin selama tahun 2021, dengan batas kesalahan yang diinginkan 10% berdasarkan rumus di atas, maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah :

$$\begin{aligned} n &= \frac{302}{1+302 \cdot (0,1)^2} \\ &= \frac{302}{1+(302 \cdot 0,01)} \end{aligned}$$

$$= \frac{302}{1+3,02}$$

$$= \frac{302}{4,02} = 75,1 \text{ di bulatkan menjadi } 75 \text{ responden}$$

Jadi, dari hitungan jumlah populasi dari pelanggan Hotel Edotel Syariah Banjarmasin berdasarkan jumlah tamu yang menginap pada tahun 2021 adalah 302 pelanggan, dengan kelonggaran ketidaktelitian 10%, maka hasil penghitungan dengan menggunakan rumus slovin tersebut didapat sampel sebanyak 75,1. Menurut Usman (2006: 11) jika pecahan yang akan dibulatkan itu lebih dari 0,05 maka pecahan tersebut dibulatkan menjadi 1. Dengan demikian maka didapat jumlah sampel yang diambil dari populasi pelanggan berdasarkan jumlah tamu yang menginap adalah 75,1 yang dibulatkan menjadi 75 orang.

3.5. Jenis dan Sumber Data

3.5.1 Jenis Data

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, karena data yang diperoleh nantinya berupa angka, dari angka yang diperoleh akan dianalisis lebih lanjut dalam analisis data. Data kuantitatif yang dikuantitaskan, merupakan hasil jawaban responden yaitu customer Hotel Edotel Syariah Banjarmasin atas kuesioner yang diberikan.

3.5.2 Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek peneliti dilakukan.
2. Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur, artikel, jurnal serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan. Selain data primer, sumber data yang dipakai peneliti adalah sumber data sekunder, data sekunder didapat melalui berbagai sumber yaitu literatur artikel, jurnal serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner : Data yang dikumpulkan dalam penelitian akan digunakan untuk memecahkan masalah yang ada sehingga data-data tersebut harus benar-benar dapat dipercaya dan akurat. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui metode kuesioner yaitu metode pengumpulan data dengan cara membagi daftar pertanyaan kepada responden tersebut memberikan jawabanya (Suliyanto, 2006: 140).

Sedangkan menurut Sugiyono (2009: 142) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner tertutup dimana dalam kuesioner ini jawaban sudah disediakan oleh peneliti sehingga responden tinggal memilih. Peneliti memilih kuesioner tertutup karena jawaban lebih sesuai dengan kebutuhan dalam riset.

Kuesioner ini nantinya terdapat rancangan pernyataan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian dan tiap pernyataan merupakan jawaban-jawaban yang mempunyai makna dalam menguji hipotesis. Dibandingkan dengan *interview guide*, daftar pertanyaan atau kuesioner lebih terperinci dan lengkap, keuntungan riset dengan menggunakan kuesioner menurut (Suliyanto, 2006) :

- a) Tidak memerlukan kehadiran peneliti
- b) Dapat dibagikan serentak
- c) Dapat dijawab oleh responden sesuai waktu yang ada
- d) Dapat dibuat anonym
- e) Kuesioner dapat dibuat standar

Penelitian ini menggunakan sejumlah statement dengan skala 5 menunjukkan setuju atau tidak setuju atau tidak setuju terhadap statement tersebut.

STS (Sangat Tidak Setuju) = diberi skor 1

TS (Tidak Setuju) = diberi skor 2

N (Netral) = diberi skor 3

S (Setuju) = diberi skor 4

SS (Sangat Setuju) = diberi skor 5

Skala ini mudah dipakai untuk penelitian yang terfokus pada responden dan obyek. Jadi, peneliti dapat mempelajari bagaimana respon yang berbeda dari tiap-tiap responden.

3.7. Teknik Analisa Data

Analisis data dilakukan secara deskriptif kuantitatif dan regresi linear berganda (SPSS). Analisis kuantitatif merupakan analisis yang berkaitan dengan pengumpulan dan penyajian suatu data, sehingga menjadi informasi yang bermanfaat. Analisis kuantitatif dilakukan terhadap jawaban responden yang terdapat pada kuisioner sehingga dapat di Tarik kesimpulan dan saran.

Analisis kuantitatif adalah suatu bentuk analisis yang menggunakan angka-angka dan perhitungan dengan metode statistik tertentu. Data kuantitatif harus diklasifikasikan dalam kategori tertentu dengan menggunakan table-tabel tertentu untuk mempermudah analisis program SPSS. Untuk mengukur persepsi dari responden yang telah dikumpulkan digunakan Skala Likert (Sugiyono, 2004). Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dibuat dengan menggunakan sala 1-5 untuk mewakili pendapat para responden.

Analisis Uji Regresi Linear Berganda. Uji regresi linear berganda bertujuan untuk mengukur pengaruh antara satu atau lebih variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*). Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi berganda digunakan untuk

mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas (terikat) atas perubahan dari setiap peningkatan atau penurunan variabel bebas yang akan mempengaruhi variabel terikat. Model persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$\hat{Y} = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 = \dots + b_nX_n$$

\hat{Y} = nilai pengaruh yang diprediksikan

α = konstanta atau bilangan harga $X = 0$

b = koefisien regresi

X = nilai variabel dependen

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan harga sedangkan variabel terikatnya adalah kepuasan pelanggan. Metode analisis ini menggunakan program SPSS (*Statistic Product and Service Solution*). Adapun bentuk persamaan yaitu :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2$$

Y = Koefisien Kepuasan Pelanggan

α = Konstanta

b_1 = Koefisien Kualitas Pelayanan

b_2 = koefisien Harga

X_1 = Variabel Kualitas Pelayanan

X_2 = Variabel Harga

Untuk menilai ketepatan fungsi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari nilai statistik t, nilai statistik F dan nilai koefisien determinasi.

Dari jawaban daftar yang diajukan pada responden diolah dengan skala likert adalah suatu skala yang jawabanya bertingkat yaitu seperti tabel berikut :

Tabel 3.3
Nilai Skala Likert

No	Jawaban	Keterangan	Skor
1	A	Sangat Tidak Setuju	1
2	B	Tidak Setuju	2
3	C	Netral	3
4	D	Setuju	4
5	E	Sangat Setuju	5

3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.7.1.1 Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya satu kuesioner (Ghozali, 2006). Satu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada pertanyaan kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Tingkat validitas dapat diukur dengan cara membandingkan nilai r hitung (*correlation item total correlation*) dengan nilai r tabel dengan ketentuan untuk *defree of freedom* (df) = $n-k$, dimana n adalah

jumlah sampel yang digunakan dan k adalah jumlah variabel independennya (Ghozali, 2006).

Bila : $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, berarti pertanyaan tersebut dinyatakan valid
 $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, berarti pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.

Uji validitas adalah suatu derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti.

Validitas sebagai salah satu derajat ketepatan atau keandalan pengukuran instrumen mengenai isi pertanyaan (Sugiyono, 2012:

124). Teknik uji yang digunakan adalah teknik kolerasi melalui

koefisien korelasi product moment. Skor ordinal dari setiap item

pertanyaan yang diuji validitasnya dikolerasikan dengan skor

ordinal keseluruhan item. Jika koefisien kolerai tersebut positif

maka item tersebut dinyatakan valid, sedangkan jika negatif maka

item tersebut tidak valid dan akan dikeluarkan dari kuisisioner atau

diganti dengan pernyataan perbaikan. Cara mencari nilai kolerasi

adalah sebagai berikut :

$$R = \frac{N(\Sigma XY) - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{[n(\Sigma X^2) - (\Sigma X)^2][n(\Sigma Y)^2 - (\Sigma Y)^2]}}$$

Dimana:

r = koefisien korelasi

n = Jumlah sampel

ΣX = Jumlah skor item

ΣY = Jumlah total skor jawaban

Syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrumen valid adalah nilai indeks validitasnya $\geq 0,3$ (Sugiyono, 2012: 115) dan jika koefisien kolerasi *product moment* $> r$ tabel. Oleh karena itu, semua pernyataan yang memiliki tingkat kolerasi dibawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid.

3.7.1.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan $\alpha > 0,60$ (Nunnally, 1967 dalam Ghozali, 2006).

Sedangkan Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2012: 130). Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pernyataan. Untuk uji reliabilitas digunakan metode split half, hasilnya bisa dilihat dari nilai Correlation Between Forms. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen tersebut dikatakan reliabel

atau membandingkannya dengan nilai cut off point 0,3 maka reliabel jika $r > 0,3$ sebaliknya, jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel. Pengujian reliabilitas dengan Alpha Cronbach bisa dilihat dari nilai Alpha, jika nilai Alpha $>$ dari nilai r_{tabel} yaitu 0,7 maka dapat dikatakan reliabel.

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

3.7.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas memiliki distribusi normal atau tidak, karena model regresi yang baik memiliki distribusi data yang normal. Pembuktian apakah data tersebut memiliki distribusi normal atau tidak, dapat dilihat pada bentuk distribusi datanya, yaitu pada histogram maupun normal probability plot. Pada histogram, data dikatakan memiliki distribusi yang normal jika data tersebut berbentuk seperti lonceng. Sedangkan pada normal probability plot, data dikatakan normal jika ada penyebaran titik-titik disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Ghozali (2006) menyebutkan jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

3.7.2.2 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya kolerasi atau hubungan yang signifikan antar variabel bebas. Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel bebas (Ghozali, 2006). Multikolonieritas akan menyebabkan koefisien regresi bernilai kecil dan standar error regresi bernilai besar sehingga pengujian variabel bebas secara individu akan menjadi tidak signifikan.

Untuk mengetahui ada tidaknya multikolonieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Apabila nilai VIF < 10 Mengindikasikan bahwa model regresi bebas dari multikolonieritas, sedangkan untuk nilai tolerance > 0,1 (10%) menunjukkan bahwa model regresi bebas dari multikolonieritas.

3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antar prediksi variabel dependen

(ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola titik pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y adalah Y yang telah di prediksi dan sumbu X adalah residual yang telah di-standardized (Ghozali, 2006). Dasar analisisnya sebagai berikut:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit) maka terjadi heterokedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka hal ini mengindikasikan tidak terjadi heterokedastisitas.

3.7.2.4 Uji Autokolerasi

Uji autokolerasi digunakan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada kolerasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi kolerasi, maka dinamakan ada problem autokolerasi. Autokolerasi muncul karena observasi yang beruntutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Menurut Ghozali (2006: 95), autokorelasi dalam model regresi dapat diketahui dengan melakukan uji Durbin-Watson (Dw) yaitu :

- a. Bila nilai Dw terletak antara batas atas atau *Upper Bound* (du) dan $(4-du)$, maka koefisien autokolerasi sama dengan nol berarti

tidak ada gangguan autokolerasi.

- b. Bila nilai Dw lebih rendah dari batas bawah atau Lower Bound sebesar (d_u) , maka koefisien autokolerasi lebih besar dari nol berarti ada masalah autokolerasi positif.
- c. Bila nilai Dw lebih besar dari $(4-d_l)$, maka koefisien autokolerasi lebih kecil dari pada nol berarti ada autokolerasi negatif.
- d. Bila nilai Dw terletak antara batas atas (d_u) dan bawah (d_l) , maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

3.7.3 Uji Hipotesis

3.7.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear adalah pengembangan analisis regresi sederhana terhadap aplikasi yang terdiri dari dua atau lebih variabel independen untuk menduga nilai dari variabel dependen (Kazmier, 2005). Analisis regresi linear dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Hotel Edotel Syariah Banjarmasin. Dalam penelitian ini, digunakan model regresi linear berganda. Rumusnya adalah sebagai berikut :

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y = Kepuasan pelanggan

b_1 = Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X1)

b_2 = Koefisien regresi variabel Harga (X2)

X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = Harga

e = Standard Error

3.7.3.2 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R²) antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Kelemahan mendasar dalam penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen ke dalam model, maka R² pasti meningkat tidak peduli apakah variabel independen tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai adjusted R² pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R², nilai adjusted R² dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model (Ghozali, 2006).

3.7.3.3 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan uji t pada tingkat keyakinan 95% dengan ketentuan sebagai berikut. Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikansi:

- 1) Jika tingkat signifikansi lebih besar 0,05 maka disimpulkan bahwa H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak.
- 2) Jika tingkat signifikansi lebih kecil 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H_0 = Artinya tidak terdapat pengaruh secara parsial kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

H_a = Terdapat pengaruh secara parsial kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh masing-masing variabel kualitas pelayanan dan harga dalam menerangkan variabel kepuasan pelanggan. Dalam hal ini, apakah masing-masing variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilakukan dengan melihat langsung pada hasil perhitungan koefisien regresi melalui SPSS pada bagian Unstandardized Coefficients dengan membandingkan Unstandardized Coefficients B dengan Standard Error of estimate sehingga akan didapatkan hasil yang dinamakan t

hitung. Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dan tingkat signifikansi $\alpha (0,05)$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ dan tingkat signifikansi $> \alpha (0,05)$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini berarti variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3.7.3.4 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2006). Menentukan F tabel dan F hitung dengan kepercayaan sebesar 95% atau taraf signifikan sebesar 5% (0,05). Dalam penelitian ini menunjukkan apakah variabel independen yang terdiri dari variabel kualitas pelayanan dan harga untuk menjelaskan variabel terikatnya, yaitu kepuasan pelanggan.

Adapun kriteria pengujian F adalah sebagai berikut :

1. Dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel apabila $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti masing-masing variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh

yang signifikan terhadap variabel dependen.

2. Dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, berarti masing-masing variabel independen secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.