

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi Penelitian**

##### **3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan**

Pada mulanya perusahaan ini bergerak di bidang usaha batik yang didirikan oleh H. Djawas Bilal (alm). Beliau seorang pengusaha batik yang cukup terkenal di Jogjakarta. Usaha batik tersebut dikelola secara tradisional karena peralatan yang tersedia masih relatif sederhana dan didominasi tenaga manusia. Hasil usaha tersebut cukup memuaskan dan kemudian memperluas usaha dan menambah jumlah tenaga kerja.

Untuk menunjang usahanya pemilik memiliki gagasan untuk mendirikan hotel, yang diharapkan dapat membantu proses pemasaran batiknya. Beliau mengharapkan para tamu membeli batik yang diproduksinya, terutama dari mancanegara. Beliau juga berharap kedua usaha ini saling menunjang dalam kegiatan pemasarannya.

Perealisasi gagasan tersebut dimulai dengan mengurus tanah hak miliknya yang berlokasi di jalan Kembang No. 29 Jogjakarta seluas 2000 meter persegi. Pada masa penjajahan Jepang tanah tersebut digunakan sebagai pasar dan kemudian setelah Jepang meninggalkan Indonesia banyak berdiri rumah-rumah liar penduduk. Tanah itu akhirnya bisa kembali kepada pemiliknya dengan melakukan pengurusan dan sebagai kompensasinya pemilik mencarikan tanah untuk penduduk liar tersebut.

Setelah pengosongan tanah selesai kemudian dilakukan pembangunan hotel yang dilengkapi dengan ruang untuk memamerkan batik (*batik showroom*). Hotel tersebut diresmikan pada tanggal 1 Maret 1979 dan bernama sesuai dengan sejarah fungsi hotel yaitu Istana Batik (*Batik Palace Hotel*). Perusahaan ini didirikan akte notaris Daliso Rudianto, A.H., yang berbentuk *Commanditaire vennotschap* (CV).

Seiring dengan berjalannya waktu dan perkembangan teknologi, banyak berdiri perusahaan-perusahaan yang memproduksi batik dengan dilengkapi peralatan mesin dalam proses produksinya. Hal ini membuat usaha batik H. Djawas Bilal (alm) yang masih tradisional tidak mampu menyaingi perusahaan tersebut dan mengalami kemunduran. Akhirnya usaha batiknya ditutup dan pemilik mengkonsentrasikan usaha hanya dalam bidang perhotelan dan usaha ini cukup membuahkan hasil.

Pada tanggal 22 Juli 1982 H. Djawas Bilal meluaskan usahanya dengan mendirikan hotel lagi di jalan Pangeran Mangkubumi, dan selanjutnya pada tahun 1990 tepatnya tanggal 1 September beliau memperluas usahanya dengan membangun hotel baru di Taman Yuwono, Sasromenduran. *Batik Palace Hotel* yang ada di jalan Mangkubumi diberi nama *New Batik Palace Hotel* (Hotel Batik Jogjakarta I) sedangkan yang ada di Taman Yuwono diberi nama *Batik Palace Hotel* (Hotel Batik Jogjakarta II).

Saat ini Hotel Istana Batik yang ada di jalan Pasar Kembang sudah terpisah dan menjadi milik orang lain. Sedangkan Hotel Batik I dan Hotel Batik Jogjakarta II tetap dalam satu pemilik dan satu manajemen. Menurut piagam yang

dikeluarkan oleh Departemen Pariwisata Pos dan Telekomunikasi Direktur Jenderal Pariwisata, hotel ini ditetapkan sebagai hotel bertaraf internasional dan berbintang satu. Hotel tersebut akhirnya berubah nama menjadi Hotel Batik mengikuti anjuran pemerintah untuk tidak menggunakan nama asing.

Hotel Batik Jogjakarta terletak di dua tempat yaitu : Jalan Mangkubumi No. 46 dan Jalan Dagen (Komplek Taman Yuwono Sosromenduran) Jogjakarta, sehingga dapat dikatakan bahwa Hotel Batik Jogjakarta berada di tengah kota atau jantung kota Jogjakarta. Kondisi tersebut sangat menguntungkan hotel karena lokasi dapat dengan mudah dicapai oleh konsumen dengan menggunakan kendaraan pribadi maupun umum seperti taksi, becak, andong, dan sebagainya dan ditunjang sarana aksesibilitas menuju tempat wisata yang tidak terlalu sulit.

Hotel Batik merupakan salah satu dari sekian banyak hotel yang ada di Jogjakarta. Disekitar jalan Dagen banyak berdiri hotel-hotel yang satu level atau yang berada di level atasnya. Dengan situasi seperti ini hotel Batik dituntut untuk berusaha memberikan pelayanan yang sebaik mungkin untuk memuaskan konsumennya dan mempertahankan loyalitas para pelanggannya. Ditunjang dengan kamar yang berjumlah 35 unit yang terdiri dari 20 unit *cottage type* dan 15 rooms non *cottage type* serta berbagai fasilitas penunjang seperti AC, hot water, TV, telepon, restoran dan bar, kolam renang, *laundry service*, dan *taxi service* serta ditunjang pula karyawan yang berjumlah 55 karyawan dan 50 karyawan, diharapkan Hotel Batik mampu bertahan dalam persaingan dunia usaha perhotelan. Untuk mencapai tujuan tersebut mau tidak mau pihak manajemen hotel dituntut untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan yang mereka berikan

### 3.2 Variabel Penelitian

1. Variabel tergantung (*dependent variable*), yaitu variabel yang dipengaruhi oleh sebab-sebab tertentu. Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai variabel tergantung adalah kepuasan konsumen hotel Batik. Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.
2. Variabel bebas (*independent variable*), yaitu variabel yang mempengaruhi perasaan konsumen setelah menggunakan produk-produk yang ditawarkan pihak hotel. Variabel-variabel tersebut adalah :

$X_1 =$  Keandalan (*reliability*)

yaitu kemampuan untuk menyediakan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan kepada pelanggan dengan segera, akurat, dan memuaskan, perhatian yang sungguh-sungguh kepada pelanggan yang mengalami kesulitan serta penanganan administrasi dan dokumen secara cermat dan akurat..

$X_2 =$  Daya tanggap (*responsiveness*)

yaitu keinginan untuk membantu pelanggan dan menyediakan pelayanan dengan tanggap.

$X_3 =$  Jaminan (*assurance*)

yaitu mencakup pengetahuan, kesopanan, dan keterampilan dari karyawan dan mampu untuk menunjukkan kejujuran dan percaya diri.

$X_4 =$  Empati (*empaty*)

Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi, peduli akan kebutuhan dan keinginan pelanggan, dan meyakinkan pelanggan bahwa perusahaan menyediakan pelayanan untuk pelanggannya.

$X_5 =$  Bukti langsung (*tangibles*)

yaitu pelayanan tersebut berwujud, berupa adanya fasilitas fisik, hubungan antara material, peralatan, dan pekerja.

### 3.3 Data dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari obyek yang akan diteliti (Algifari, 1997 : 10).

Data primer yang digunakan dalam penelitian diperoleh melalui :

#### 1. *Interview*

Yaitu data yang diperoleh secara langsung dengan tanya jawab (wawancara) antara peneliti dengan pimpinan perusahaan Hotel Batik, Yogyakarta. Data-data tersebut berupa gambaran umum perusahaan yang meliputi lokasi hotel Batik, sarana dan prasarana yang ada di Hotel Batik.

#### 2. *Questioner*

Yaitu suatu alat (*device*) dalam setiap kegiatan pengumpulan data baik kualitatif maupun kuantitatif dari responden berupa kumpulan pertanyaan. Kuesioner yang diajukan kepada responden bersifat *quetionare studies nondisgues* yaitu daftar pertanyaan yang telah ditulis dan tersusun rapi yang akan ditanyakan

kepada responden yang dibuat sedemikian rupa sehingga tujuannya jelas dan terang bagi pihak responden (J. Supranto, 1997 : 48). Daftar pertanyaan yang diajukan meliputi karakteristik responden dan penilaian responden terhadap dimensi kualitas pelayanan pada Hotel Batik yang meliputi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, *tangibles* serta kepuasan yang mereka rasakan setelah melakukan transaksi dengan pihak Hotel Batik Jogjakarta.

Pengembangan instrumen ini didasarkan pada jenis data yang diambil (data kontinum) dan skala yang dibuat (skala interval). Berdasarkan skala pengukuran tersebut, skala instrumen yang digunakan adalah skala likert. Adapun kriteria penilaian yang digunakan adalah sebagai berikut:

#### 1. Kualitas Pelayanan

|                     |        |
|---------------------|--------|
| Sangat Tidak Setuju | Skor 1 |
| Tidak Setuju        | Skor 2 |
| Ragu-ragu           | Skor 3 |
| Setuju              | Skor 4 |
| Sangat Setuju       | Skor 5 |

#### 2. Kepuasan Konsumen

|                        |        |
|------------------------|--------|
| Sangat Tidak Memuaskan | Skor 1 |
| Sangat Memuaskan       | Skor 2 |
| Cukup Memuaskan        | Skor 3 |
| Memuaskan              | Skor 4 |
| Sangat Memuaskan       | Skor 5 |

Untuk menguji kesahihan butir pertanyaan dan keandalan digunakan uji reliabilitas dan validitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan (Bilson, 2002 : 59). Uji validitas dilakukan pada tiap-tiap butir pertanyaan, hal ini bertujuan untuk menguji apakah tiap-tiap butir pertanyaan atau pernyataan telah mengungkapkan faktor atau indikator yang ingin diselidiki (*internal consistency*). Dengan asumsi bahwa tiap butir dalam satu faktor mengungkapkan hanya mengenai faktor yang bersangkutan, maka skor butir harus mempunyai korelasi positif dengan skor total. Korelasi positif antara skor butir dengan skor total ini harus cukup kuat dan peluang kesalahannya tidak terlalu besar. pertanyaan adalah indeks yang menunjukkan tingkat kepuasan suatu alat pengukur tersebut benar-benar mengukur suatu yang perlu diukur.

Metode yang digunakan untuk uji validitas adalah uji korelasi product moment dari Pearson. Rumus yang digunakan adalah : (Sugiyono, 2003 : 182)

$$r_{xy} = \frac{N(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \sum x^2 (\sum x) N \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Dimana : r : Koefisien korelasi

n : Jumlah responden

X : Skor butir

Y : Skor total

Setelah diperoleh harga  $r_{xy}$  kemudian dikonsultasikan dengan harga  $r_{tabel}$  product moment. Apabila  $r_{xy} > r_{tabel}$ , maka butir item tersebut dikatakan valid. Sedangkan jika  $r_{xy} < r_{tabel}$ , maka butir item tersebut dikatakan tidak valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan tingkat kekuatan suatu alat pengukur dapat dipercaya dan diandalkan. Uji reliabilitas ini dimaksudkan untuk menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran konsisten bila diujikan dua kali atau lebih dengan gejala yang sama dan alat pengukur yang sama pula. Tingkat kekuatan ditunjukkan untuk indeks korelasi (indeks  $r_{pq}$ ). Formulasi yang digunakan adalah dengan menggunakan rumus alpha (Suharsimi, 1998: 193)

$$r_{1.1} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum S_j^2}{S_x^2} \right]$$

Dimana :

$r_{1.1}$  : Reliabilitas

$k$  : Banyaknya butir pertanyaan

$\delta^2$  : Jumlah varian butir

$\delta_1^2$  : Varian total

Menurut Suharsimi (1998 : 193) suatu variabel penelitian dikatakan reliabel apabila nilai koefisien reliabilitas alpha lebih besar dari nilai kritis ( $r_{1.1} > r_{tabel}$ ), sedangkan jika  $r_{1.1} < r_{tabel}$  maka koefisien reliabilitas tersebut tidak reliabel..



### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Pengertian populasi sampel

Populasi adalah kumpulan semua anggota dari obyek yang diteliti (Algifari, 1997 : 8). Dalam penelitian ini populasi tidak diketahui secara pasti dikarenakan konsumen hotel biasanya tidak hanya berada pada satu wilayah tertentu. Sampel adalah kumpulan sebagian anggota dari obyek yang diteliti.

#### 3.4.2 Teknik pengambilan sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *Nonprobability Sampling* artinya teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2003 : 77). Metode *Nonprobability Sampling* yang digunakan adalah sampling aksidental yaitu siapa saja yang kebetulan ditemui peneliti dan dipandang cocok sebagai sumber data dapat digunakan sebagai sampel.

Syarat dari sampling aksidental populasinya harus bersifat heterogen, yang terdiri dari berbagai macam karakteristik (jenis kelamin, usia, asal propinsi, pekerjaan, penghasilan per bulan, dan intensitas menginap)

#### 3.4.3 Penentuan jumlah sampel

Jumlah sampel dalam penelitian ini diperoleh dengan perhitungan sebagai berikut (Singarimbun dan Efendi, 1987 : 150)

$$n = \frac{1}{4} (Z \cdot \alpha/2 : E)^2$$

Dimana :  $n$  : jumlah sampel

$Z_{\alpha/2}$  : batas luas wilayah

$E$  : standar deviasi

Dengan menggunakan probabilitas 0.95 atau  $\alpha$  5% dan standar deviasi 0.098 maka sampel yang diambil adalah :

$$\begin{aligned} n &= \frac{1}{4} (25\% : 2 : 0.098)^2 \\ &= \frac{1}{4} (1.96 : 0.098)^2 \\ &= 96.04 \approx 100 \end{aligned}$$

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

### 3.5 Teknik Analisis

#### 3.5.1 Analisa deskriptif

Analisa deskriptif adalah suatu cara penganalisaan data yang menggunakan analisa non statistik. Analisis ini menggunakan data baik dari responden maupun sumber lain yang berkaitan dengan penelitian ini, kemudian dibuat tabel deskriptif untuk dianalisis dan diinterpretasikan (Singarimbun dan Effendi, 1995 : 9).

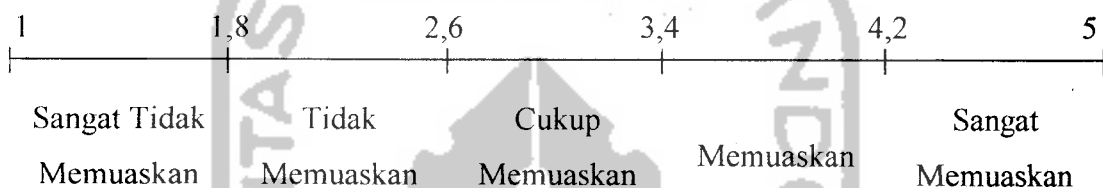
Alat ini digunakan untuk mengetahui konsumen dari hotel Batik II berdasarkan karakteristiknya yang meliputi jenis kelamin, umur, asal propinsi tempat tinggal, pekerjaan, penghasilan per bulan, dan intensitas menginap.

Analisis deskriptif ini juga dipergunakan untuk mengetahui apakah konsumen yang menggunakan jasa hotel Batik II sudah merasa puas terhadap pelayanan yang mereka berikan. Hasil perolehan skor untuk kepuasan konsumen

dikategorikan menjadi empat tingkatan yaitu sangat memuaskan, memuaskan, cukup memuaskan, tidak memuaskan, dan sangat tidak memuaskan. Kriteria dalam pengujian ini menggunakan skala interval dengan rumus :

$$Interval = \frac{Skor\ Maksimal - Skor\ Minimal}{\sum\ kategori} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Dengan demikian pengkategorian kepuasan konsumen mengikuti ketentuan sebagai berikut :



### 3.5.2 Analisa Kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah analisis yang bersifat hitungan dengan menetapkan rumus-rumus statistik untuk menuju kebenaran data, teori, dan hipotesis. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

#### 1. Analisis Regresi Linier Berganda (Multiple Regression).

Dalam analisis ini akan menguji tentang pengaruh penilaian konsumen yakni Keandalan (*reliability*), Daya tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*empathy*), dan Bukti langsung (*tangibles*) sebagai variabel bebas (*independent variable*) dengan Kepuasan Konsumen sebagai variabel tidak bebas (*dependent variable*)

Analisis regresi linier berganda ini menggunakan rumus sebagai berikut (Sudjana, 2002 : 69)

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5$$

Dimana :

$Y$  = Kepuasan konsumen pada Hotel Batik Yogyakarta

$X_1$  = Keandalan (*reliability*)

$X_2$  = Daya tanggap (*responsiveness*)

$X_3$  = Jaminan (*assurance*)

$X_4$  = Empati (*empaty*)

$X_5$  = Bukti langsung (*tangibles*)

$B_0$  = Konstanta

$\beta_1$  sd  $\beta_n$  = Koefisien regresi variabel independen

## 2. Uji Hipotesis

### 2.1 Pengujian Pengaruh Variabel Bebas Secara Bersama-Sama

Pengujian pengaruh variabel bebas secara bersama-sama merupakan pengujian yang bermaksud mengetahui signifikan tidaknya pengaruh bersama dari seluruh variabel bebas yang meliputi *Reliability* ( $X_1$ ), *Responsiveness* ( $X_2$ ), *Assurance* ( $X_3$ ), *Empathy* ( $X_4$ ), dan *Tangibles* ( $X_5$ ) terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ). Pengujian ini secara langsung merupakan pengujian terhadap hipotesis pertama.

Adapun prosedur pengujiannya adalah sebagai berikut :

#### 1. Menentukan nilai $H_0$ dan $H_a$

$H_0$  :  $X_1 = X_2 = X_3 = X_4 = X_5 = 0$  artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen ( $X$ ) dengan variabel dependen ( $Y$ ).

$H_a : X_1 \neq X_2 \neq X_3 \neq X_4 \neq X_5$  artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

2. Menentukan level of significancy ( $\alpha$ ) = 0,05 (5%)
3. Kriteria pengujian

Jika nilai  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima, tetapi jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) ditolak.

4. Menghitung nilai f

$$F_h = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan :

R = koefisien korelasi ganda

k = jumlah variabel bebas

n = jumlah sampel yang digunakan

5. Kesimpulan

### 2.3 Pengujian Pengaruh Variabel Bebas Secara Parsial Atau Individu

Pengujian pengaruh variabel bebas secara individu ini merupakan pengujian yang bermaksud mengetahui signifikan tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel bebas yang meliputi *Reliability* ( $X_1$ ), *Responsiveness* ( $X_2$ ), *Assurance* ( $X_3$ ), *Empathy* ( $X_4$ ), dan *Tangibles* ( $X_5$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Pengujian ini secara langsung merupakan pengujian hipotesis kedua. Adapun prosedur pengujiaannya adalah sebagai berikut :

Hipotesis :  $H_0 : b_i = 0$

$H_a : b_i > 0$

Langkah uji t

1. Menentukan nilai  $H_0$  dan  $H_a$

$H_0 : X_1 = X_2 = X_3 = X_4 = X_5 = 0$  artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

$H_a : X_1 \neq X_2 \neq X_3 \neq X_4 \neq X_5$  artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

2. Menentukan level of significance ( $\alpha$ ) = 0,05 (5%)

3. Kriteria pengujian

a. Jika nilai mutlak  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima.

b. Jika nilai mutlak  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima dan hipotesis alternatif ditolak.

4. Menghitung nilai t

$$t_{hi} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Dimana :

$b_i$  = koefisien regresi

$S_{b_i}$  = deviasi standar dari koefisien regresi  $b_i$

nilai  $t_{tabel}$  dapat diperoleh dari tabel distribusi t, dengan menggunakan derajat

bebas sebesar  $n-k-1$

5. Kesimpulan

### 3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien korelasi ( $R^2$ ) merupakan angka sejauh mana kesesuaian persamaan regresi tersebut dengan data,  $R^2$  juga menunjukkan proporsi variabel dependen. Semakin besar  $R^2$  berarti semakin besar proporsi variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen. Untuk dapat memperoleh koefisien korelasi ini bisa melalui koefisien korelasi ganda ( $R$ ) dengan rumus (Algifari, 1997 : 148) :

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

Dengan menggunakan rumus koefisien korelasi diatas untuk memperoleh nilai koefisien determinasi maka nilai  $R$  akan dikuadratkan.

### 4. Koefisien Determinasi Parsial ( $r^2$ )

Untuk mengetahui variabel independen (keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti langsung) yang dominan terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen) digunakan koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ), dengan rumus (Algifari, 1997 : 141) :

$$r^2 = 1 - \frac{\sum (Y - \hat{Y})^2}{\sum (Y - \bar{Y})^2}$$

Semakin besar nilai koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) maka semakin besar variabel independen (keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti langsung) mempengaruhi variabel dependen (kepuasan konsumen).