

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian

1. Jenis data yang diperlukan

Jenis data yang diperlukan untuk menyusun laporan ini adalah data primer dan data sekunder.

a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber-sumbernya (dalam hal ini responden yang bersangkutan). Data primer ini diperoleh dengan metode:

1) Wawancara

Suatu proses tanya jawab lisan (wawancara) yang dilakukan secara langsung kepada pemilik maupun karyawan untuk memperoleh informasi sesuai yang dibutuhkan.

2) Kuisisioner

Suatu teknik pengumpulan data dengan cara membagi-bagikan kuisisioner kepada responden yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang kemudian di jawab sesuai dengan masalah yang ada.

b. Data sekunder adalah data yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer ataupun pihak lain, yang dapat dilakukan dengan cara:

- Studi pustaka yaitu mengumpulkan data dari berbagai sumber penulisan, baik berupa buku-buku atau literatur-literatur yang mendukung penelitian, serta yang berasal dari dalam perusahaan.

2. Populasi dan sampel

a. Populasi

Merupakan jumlah dari keseluruhan obyek (individu) yang akan diteliti pada wilayah tertentu. Dalam penelitian ini, populasinya adalah semua konsumen yang pernah menginap di Hotel Jayakarta Yogyakarta.

b. Sampel

Merupakan sebagian dari populasi yang diambil untuk diselidiki. Sampel penelitian meliputi sejumlah responden yang lebih besar dari persyaratan minimal yaitu sebanyak 30 responden. Menurut Guiford (1987:125), semakin besar sampel (makin besar nilai n = banyaknya elemen sampel) akan memberikan hasil yang Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti (Suratno dan arsyad, 1998). Sedangkan teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus (Pedoman Penulisan Skripsi, 2003):

$$n = \frac{(Z_{1-\frac{\alpha}{2}})^2 \cdot p \cdot q}{E^2}$$

Dengan derajat keyakinan (α) = 5%

$Z_{1-\frac{\alpha}{2}}$ = Nilai Z (dari tabel Z).

n = Jumlah sampel

p = nilai proporsi dari bagian populasi

q = nilai proporsi selain p

E = Deviasi Sampling yang diinginkan Peneliti
(keputusan subyektif).

Diketahui Derajat kepastian (α) = 5%, maka besarnya sampel diperoleh:

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,8995 \cdot 0,1005}{(0,0581)^2}$$

$$n = \frac{0,34728}{0,0033756}$$

$$n = 102,879$$

$$n = 103 \text{ (pembulatan)}$$

Jadi jumlah sampel yang diambil sebanyak 103 responden dengan jumlah populasi tidak diketahui.

Dalam pengambilan sampel peneliti menggunakan teknik konfinien atau *convenience sampling*. Pada teknik ini peneliti akan menentukan sampel berdasarkan sifat kemudahannya yaitu dengan cara mengambil sampel dari populasi yang mudah ditemui, yang kiranya dapat mewakili populasi.

3. Variabel penelitian

a. Variabel Dependent:

Variabel dependent dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen.

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan sebelum membeli suatu barang atau jasa.

b. Variabel Independent

Variabel Independent dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan yang terdiri dari 5 dimensi kualitas pelayanan, yaitu:

1) *Tangibles* (bukti fisik)

Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan dalam melakukan pelayanan seperti pakaian, penataan interior, pegawai seperti penampilan karyawan dan sarana komunikasi seperti sarana telepon atau internet.

2) *Reliability* (kehandalan)

Kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah dijanjikan seperti sikap simpatik dari karyawan, keterampilan karyawan dan kecakapan.

3) *Responsiveness* (daya tangkap)

Keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap seperti sigap, cepat menangani keluhan pelanggan, tepat waktu, dan selalu siap untuk membantu pelanggan.

4) *Assurance* (jaminan)

Mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko ataupun keraguan seperti memiliki pengetahuan yang baik, sopan dan ramah, dapat memberikan keamanan, dapat menanamkan kepercayaan pelanggan.

5) *Empathy*

Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan seperti perhatian karyawan terhadap pelanggan, kemampuan karyawan dalam melakukan komunikasi dengan pelanggan, kemampuan karyawan untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, karyawan dapat memberikan informasi yang akurat.

3.2. Metode analisis data

Diagram Kartesius

Ada 2 buah variabel yang diwakilkan oleh huruf x dan y, dimana X merupakan tingkat kinerja/persepsi jasa layanan hotel dan Y merupakan tingkat harapan/keinginan pelanggan. Adapun rumus yang digunakan dalam pengukuran Tingkat Kesesuaian

$$\text{Responden (TKR) adalah : TKR} = \left(\frac{\sum_{i=1}^n X_i}{\sum_{i=1}^n y_i} \right) 100\%$$

Dimana :

X_i : skor penilaian kinerja jasa layanan Hotel Jayakarta Yogyakarta

Y_i : skor penilaian keinginan/harapan pelanggan.

TKR : Tingkat Kesesuaian Responden ($i=1,2,3,\dots,n$)

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat pelaksanaan dan (Y) pada sumbu tegak akan diisi oleh skor tingkat yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan :

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n y_i}{n}$$

dimana :

\bar{X} = skor rata-rata tingkat kepuasan/pelaksanaan/kinerja

\bar{y} = skor rata-rata tingkat keinginan/harapan

n = jumlah sampel

Diagram Kartesius merupakan suatu diagram yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (\bar{x}, \bar{y}) dimana \bar{x} merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan/persepsi atau kepuasan pelanggan lembaga pendidikan seluruh faktor atau atribut dan \bar{y} adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat keinginan/harapan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Diagram kartesius ini dibagi menjadi 4 bagian :

KEINGINAN / HARAPAN	Y	PRIORITAS UTAMA A	PERTAHANKAN PRESTASI B
	= Y	C Prioritas Rendah	D Berlebihan

-
X
Persepsi/pelaksanaan

x

gambar diagram kartesius

- I. Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan pihak jasa layanan Hotel Jayakarta. Untuk itu wajib dipertahankan. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.
- II. Menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.
- III. Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, pelaksanaannya biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.
- IV. Menunjukkan faktor / atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan pelanggan, sehingga mengecewakan / tidak puas.