

## **BAB III**

### **PROSEDUR PENELITIAN**

#### **3.1. Strategi Penelitian**

Dalam melakukan penelitian ini, strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono (2014:92) strategi asosiatif adalah penelitian yang mencari pengaruh antara dua variabel atau lebih. Strategi ini dipilih dengan tujuan untuk menjelaskan serta menggambarkan pengaruh antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan promosi terhadap loyalitas pelanggan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei sebagai bahan dari penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian survei dengan menggunakan angket / kuesioner dilakukan untuk pengambilan data dari sampel, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif serta hubungan-hubungan antar variabel-variabel penelitian. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan dalam meneliti sekelompok manusia / objek tabel untuk dapat digambarkan dengan jelas.

#### **3.2. Populasi dan Sampel Penelitian**

##### **3.3.1. Populasi Penelitian**

Sugiyono (2014:148) menyatakan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah semua pelanggan yang menginap lebih dari dua kali pada The Media Hotel & Towers Jakarta sehingga dapat melakukan pengisian angket yang diberikan. Disamping itu usia responden 17-50 tahun.

### **3.3.2.Sampel Penelitian**

Menurut Sugiyono (2014:149) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling* yaitu teknik sampling dengan pertimbangan tertentu dalam pengambilan sampelnya untuk tujuan tertentu, kriteria yang digunakan dalam metode *purposive sampling* adalah semua pelanggan yang menginap lebih dari dua kali pada The Media Hotel & Towers Jakarta dan disamping itu usia responden 17-50 tahun.

Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan menurut sugiyono (2015) direkomendasikan jumlah responden antara 30 – 100 responden. Namun peneliti mengambil 96 responden karena semakin banyak data akan semakin representative (mewakili) peluang terjadinya kesalahan semakin kecil.

### **3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data**

#### **3.3.1. Sumber Data**

Data ini diperoleh dari kuesioner yang disebar ke 96 orang konsumen mengenai informasi tentang kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, promosi dan loyalitas pelanggan ditunjukkan dari pertanyaan yang diajukan oleh peneliti kepada para pelanggan di The Media Hotel & Towers Jakarta.

#### **3.3.2.Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di The Media Hotel & Towers Jakarta beralamat di Jl. Gunung Sahari Raya No. 3 Jakarta 10720 Indonesia. Penelitian ini dilaksanakan ± 6 bulan, pada bulan September 2018 sampai dengan bulan Februari 2019.

#### **3.3.3.Metode Pengumpulan Data**

Menurut Sugiyono (2013:2) metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode pengumpulan data dengan cara data kuesioner. Guna mendapatkan keakuratan penelitian ini, peneliti memperoleh data dan

informasi karyawan maupun konsumen yang menginap di The Media Hotel & Towers Jakarta. Adapun penetapan penentuan riset dalam penelitian ini dibagi menjadi dua :

1. Riset pustaka

Kepustakaan merupakan langkah yang penting dimana setelah seseorang peneliti menetapkan topik penelitian, selanjutnya adalah melakukan kajian yang berkaitan dengan teori yang berkaitan dengan topik penelitian. Dalam pencarian teori, peneliti mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya dari kepustakaan dapat diperoleh dari : buku, jurnal, majalah dan hasil-hasil penelitian (tesis dan disertasi) dan sumber-sumber lainnya yang sesuai (internet, koran, dll)

2. Studi lapangan

Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan data secara langsung dari perusahaan yang menjadi objek penelitian, melalui cara-cara sebagai berikut :

- a) Observasi yaitu pengumpulan data dengan metode ini dilakukan dengan cara pengamatan langsung terhadap objek penelitian yang menjadi sumber data.
- b) Kuesioner yaitu dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan kepada 96 konsumen.

### **3.4. Operasional Variabel**

Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen yaitu kualitas pelayanan ( $X_1$ ), kepuasan konsumen ( $X_2$ ) dan promosi ( $X_3$ ) terhadap loyalitas pelanggan ( $Y$ ). Instrument penelitian ini akan di ukur dengan menggunakan skala likert menurut sugiyono (2013) yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Instrumen pengumpulan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner.

Dalam kuesioner tersebut terdapat pertanyaan mengenai data diri responden dari indikator tiap-tiap variabel yang akan digunakan pada pertanyaan dalam kuesioner dibuat dengan menggunakan skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang kejadian tertentu. Dimana jawaban setiap item instrument mempunyai bobot nilai sebagai berikut :

**Tabel 3.1. Kriteria Instrumen Pengukuran Data**

No	Pertanyaan	Kode	Bobot Nilai
1	Sangat Setuju	SS	4
2	Setuju	S	3
3	Tidak Setuju	TS	2
4	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : Sugiyono, Metode Bisnis (2013)

**Tabel 3.2. Variabel Indikator penelitian**

Variabel	Indikator	No Item
Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	Bukti Fisik	1-3
	Keandalan	4-6
	Daya Tanggap	7-9
	Jaminan	10
	Perhatian	11
Kepuasan konsumen (X <sub>2</sub> )	Kinerja	12-15
	Harapan	16-17
Promosi (X <sub>3</sub> )	Periklanan	20-21
	Penjualan Personal	22
	Promosi penjualan	23-24
	Publisitas	25
	Humas	26
Loyalitas Pelanggan (Y)	Melakukan pembelian ulang secara teratur	27-28
	Melakukan pembelian lini produk yang lain	29
	Memberikan referensi kepada orang lain	30-31
	Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing	32-33

Sumber : Tjiptono (2012), Kotler dan Armstrong (2012), Sunyoto (2014), Ririn dan Mastuti (2014)

### 3.5. Metode Analisis Data

Sesuai dengan metode penelitian yang digunakan, dalam penelitian ini untuk melakukan analisis data yang bersifat kuantitatif maka digunakan alat analisis statistik. Rancangan analisis merupakan langkah-langkah yang dilakukan dalam menganalisa data.

#### 3.5.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Pernyataan-pernyataan dalam kuisisioner dalam penelitian ini akan diuji dengan :

##### 1. Uji validitas

Menurut sugiyono (2014:203) uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur (kuesioner) mengukur apa yang diinginkan. Maksudnya untuk mengetahui apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukur yang tetap konsisten jika mengukur diulang kembali. Menurut Sugiyono (2014) nilai  $r_{tabel}$  dapat diperoleh dari tabel patokan dengan mengacu pada jumlah sampel, yang mana dalam penelitian ini jumlah sampelnya 96 responden dengan taraf signifikan ( $\alpha = 0,05$ ) sehingga diperoleh nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,2006. Validitas instrument ini berguna pula untuk mengukur validitas item butir pernyataan dengan teknik *bivariate pearson* yaitu mengorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Instrumen pertanyaan dikatakan valid apabila mempunyai hasil korelasi yang besarnya lebih dari 0,2006. Pengolahan data dengan menggunakan software SPSS 22.0.

##### 2. Uji Reliabilitas

Digunakan untuk menguji tingkat kehandalan kuesioner. Kuesioner yang reliable apabila diujisecara berulang-ulang akan diperoleh hasil yang relative sama, selama aspek yang diukur tidak berubah. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini akan menggunakan rumus Cronbach Alpha. Jika nilai Cronbach Alpha  $> 0,60$  maka kuesioner dinyatakan reliable. Reliabilitas berguna untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika

jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengolahan data dengan menggunakan software SPSS 22.0.

### **3.5.2. Cara Pengolahan Data**

Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 22.0.

### **3.5.3. Cara Penyajian Data**

Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan akan disajikan dalam bentuk tabel agar lebih sistematis dalam memahami dan menganalisis data yang disajikan.

### **3.5.4. Metode Analisis Statistik Data**

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengordinasikan kedalam kategori. Menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

#### **3.5.4.1. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh X terhadap Y. perhitungan koefisien determinasi memiliki tujuan untuk mengetahui besar kecilnya kontribusi dari kualitas pelayanan, kepuasan konsumen dan promosi terhadap loyalitas pelanggan The Media Hotel & Towers Jakarta.

Menurut Ghozali (2013), koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nilai nol sampai satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam

menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Guna mengukur besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial maupun berganda, akan digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus :

1. Determinasi parsial  $X_1$  terhadap  $Y$  ( $X_2$  dan  $X_3$  konstan )

$$KD_{1.23} = r_{Y1.23}^2 \times 100\% \dots \dots \dots (3.4)$$

2. Determinasi parsial  $X_2$  terhadap  $Y$  ( $X_1$  dan  $X_3$  konstan )

$$KD_{2.13} = r_{Y2.13}^2 \times 100\% \dots \dots \dots (3.5)$$

3. Determinasi parsial  $X_3$  terhadap  $Y$  ( $X_1$  dan  $X_2$  konstan )

$$KD_{3.12} = r_{Y3.12}^2 \times 100\% \dots \dots \dots (3.6)$$

4. Determinasi berganda  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$  terhadap  $Y$

$$KD_{1.2.3} = r_{Y123}^2 \times 100\% \dots \dots \dots (3.7)$$

Keterangan :

$X_1$  = Kualitas Pelayanan

$X_2$  = Kepuasan Konsumen

$X_3$  = Promosi

$Y$  = Loyalitas Pelanggan

$r_{Y1.23}$  = Korelasi parsial antara  $X_1$  dengan  $Y$  ( $X_2$  &  $X_3$  konstan)

$r_{Y2.13}$  = Korelasi parsial antara  $X_2$  dengan  $Y$  ( $X_1$  &  $X_3$  konstan)

$r_{Y3.12}$  = Korelasi parsial antara  $X_3$  dengan  $Y$  ( $X_1$  &  $X_2$  konstan)

$r_{Y1.2.3}$  = Korelasi berganda antara  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  dengan  $Y$

### 3.5.5. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial maupun simultan. Langkah-langkah pengujian hipotesis dalam penelitian adalah :

#### 1. Pengujian parsial

##### a) Pengaruh $X_1$ pada Y

$H_0 : \rho_{Y1.23} = 0$  (Tidak ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di The Media Hotel & Towers Jakarta).

$H_a : \rho_{Y1.23} \neq 0$  (Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di The Media Hotel & Towers Jakarta).

##### b) Pengaruh $X_2$ pada Y

$H_0 : \rho_{Y2.13} = 0$  (Tidak ada pengaruh yang signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di The Media Hotel & Towers Jakarta).

$H_a : \rho_{Y2.13} \neq 0$  (Ada pengaruh yang signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di The Media Hotel & Towers Jakarta)

##### c) Pengaruh $X_3$ pada Y

$H_0 : \rho_{Y3.12} = 0$  (Tidak ada pengaruh yang signifikan promosi terhadap loyalitas pelanggan di The Media Hotel & Towers Jakarta).

$H_a : \rho_{Y3.12} \neq 0$  (Ada pengaruh yang signifikan promosi terhadap loyalitas pelanggan di The Media Hotel & Towers Jakarta)



Untuk menguji hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial, dapat dilihat dari nilai P-value dibandingkan dengan  $\alpha$  ( $5\% = 0,05$ ) dengan kriteria :

$H_0$  : Ditolak, jika  $P\text{-value} < \alpha$  ( $5\%$ )

$H_a$  : Diterima, jika  $P\text{-value} \geq \alpha$  ( $5\%$ )

## 2. Pengujian hipotesis secara simultan

$H_0$  :  $\rho_{Y123} = 0$  (Tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan promosi terhadap loyalitas pelanggan ).

$H_a$  :  $\rho_{Y123} \neq 0$  (Ada pengaruh antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan promosi terhadap loyalitas pelanggan).

Untuk menguji hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat secara simultan digunakan nilai *significance F* dibandingkan dengan  $\alpha$  ( $5\% = 0,05$ ) dengan kriteria:

$H_0$  : Ditolak, jika *significanceF*  $< 0,05$

$H_a$  : Diterima, jika *significanceF*  $\geq 0,05$