BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek dan subjek penelitian

a. Objek penelitian ini adalah Hotel Ibis Malioboro Yogyakarta yang berlokasi di jalan Malioboro No.52-58, Sosromenduran Gedong Tengen Kota Yogyakarta.

b. Subjek penelitian ini adalah konsumen yang pernah berkunjung dan menginap di Hotel Ibis Malioboro Yogyakarta.

B. Populasi dan Sampel Penelitian

a. Populasi Penelitian

Populasi (*population frame*) merupakan kumpulan semua elemen dalam kelompok populasi dimana sampel diambil Sekaran,(2006). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pelanggan yang pernah berkunjung dan menginap di Hotel Ibis Malioboro Yogyakarta.

C. Sampel Penelitian

Sample dalam penelitian ini adalah responden yang pernah berkunjung secara langsung dan menginap di Hotel Ibis Malioboro Yogyakarta.

D. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel diambil dengan mengunakan *non probability sampling* dengan metode

purposive sampling, *purposive sampling* sendiri adalah cara penarikan sampel yang dilakukan dengan cara memilih subyek berdasarkan kriteria spesifik yang ditetapkan peneliti. Alasan menggunakan *purposive sampling*, karena *purposive sampling* dinilai merupakan salah satu jenis teknik sampling yang cara penerapannya berdasarkan kriteria sehingga hasil yang didapat relevan dengan penelitian yang dilakukan yaitu menggunakan kriteria tertentu. Dalam penelitian ini kriteria responden yang dipilih yakni pelanggan yang pernah berkunjung dan menginap di Hotel Ibis Malioboro Yogyakarta, dikarenakan untuk mengukur kesan terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh Hotel Ibis Malioboro Yogyakarta kepada pelanggan yang pernah minimal 2 kali berkunjung dan menginap di Hotel Ibis Malioboro Yogyakarta dalam 1 tahun terakhir, serta responden berusia minimal 17 tahun, karena pada usia itu seseorang telah dianggap dewasa, memiliki tanggung jawab terhadap dirinya sendiri dan sudah dianggap dapat mengambil keputusan.

Jumlah responden yang akan dijadikan sampel pada penelitian ini adalah 120 responden. Menurut Ferdinand (2002) rumus perhitungan besar sampel penelitian adalah sebagai berikut jumlah indikator X 10, sehingga 12 x 10 = 120 responden. Menurut Hair et al (1998) menyatakan bahwa jumlah sampel minimum yang digunakan dalam analisis faktor adalah 50 responden, tetapi jumlah sampel sebaiknya lebih besar dari 100 responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

a. Angket atau Kuesioner

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan angket atau kuesioner sebagai sarana untuk mendapatkan informasi secara langsung dari pelanggan untuk memperoleh data primer yang digunakan sebagai dasar penelitian tersebut. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan secara tulis pada responden untuk dijawab Sugiyono,(2011). Kuesioner mencakup tiga variabel yang diteliti yaitu, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

Penelitian ini menggunakan variabel yang bersifat kuantitatif maka untuk mengukur variabel tersebut digunakan Skala Likert, menurut Sugiyono (2014) jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata kemudian diberi skor, misalnya pernyataan yang terdapat didalam kuesioner dibuat menggunakan skala 1-5 untuk mewakili pendapat responden.

Penilaian Skala Likert dengan lima alternatif jawaban, yaitu:

1. Jawaban Sangat Setuju mendapatkan nilai 5 (lima).
2. Jawaban Setuju mendapatkan nilai 4 (empat).
3. Jawaban Cukup mendapatkan nilai 3 (tiga).

4. Jawaban Tidak Setuju mendapatkan nilai 2 (dua).
5. Jawaban Sangat Tidak Setuju mendapatkan nilai 1 (satu).

Dengan menggunakan Skala Likert maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi dimensi, dimensi kemudian menjadi sub variabel, kemudian indikator-indikatornya dapat diukur.

F. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi Variabel Penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya Sugiyono (2012). Dalam hal ini variabel-variabel yang ada didalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Variabel Independen

Variabel Independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun pengaruhnya negatif (Ferdinand, 2006). Variabel Independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitas Layanan (X).

Variabel Intervening

Variabel *Intervening* atau Mediasi adalah variabel yang mempengaruhi hubungan antara variabel-variabel independen dengan variabel-variabel dependen menjadi hubungan yang tidak langsung. Variabel *intervening* merupakan variabel yang terletak diantara variabel-variabel independen dengan variabel-variabel dependen,

sehingga variabel independen tidak langsung menjelaskan atau mempengaruhi variabel dependen. dalam penelitian ini variabel Kepuasan Pelanggan termasuk kedalam *intervening variable* dikarenakan sebagai variabel mediasi antara Kualitas Layanan dengan Loyalitas Pelanggan. Variabel *Intervening* yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan (Z).

Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel Dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Loyalitas Pelanggan (Y)

Variabel dependen sendiri adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Variabel loyalitas pelanggan dalam penelitian ini mengacu pada penilaian tentang seluruh pengalamannya setelah berkunjung dan meinginap minimal 2 kali di Hotel Ibis Malioboro Yogyakarta. Variabel Loyalitas Pelanggan merupakan komitmen terhadap suatu produk/jasa yang direfleksikan dalam bentuk perilaku setelah mersakaan puas terhadap produk/jasa tersebut dan tidak adanya kekecewaan.

Tabel 3.1
Definisi Operasional dan Indikator Variabel Penelitian

Nama Variabel	Definisi	Indikator
Variabel *independen* X: Kualitas layanan	*service quality* adalah suatu tingkat keunggulan yang diharapkan dimana pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan Tjiptono, (2005).	Menurut Zeithaml dan Bitner (2009) ada lima indikator tentang kualitas layanan yaitu adalah: 1. *Tangible* Penampilan fisik 2. *Responsiveness* Memberikan jasa yang cepat. 3. *Assurance* Pengetahuan, keramahan, kinerja yang baik 4. *Reliability* Memberikan jasa sesuai yang dijanjikan 5. *Empathy* Memahami keinginan pelanggan.
Nama Variabel	Definisi	Indikator
Variabel *Intervening* Z : Kepuasan pelanggan	kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan Tjiptono (2014)	Indikator kepuasan pelanggan menurut Kotler (2012) adalah sebagai berikut: 1. Menjalin hubungan baik dengan perusahaan. 2. Produk atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan pengharapan pelanggan. 3. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap penyedia jasa pelayanan 4. Tidak ada rasa kecewa dengan apa yang didapatkan oleh perusahaan

Nama Variabel	Definisi	Indikator
Variabel Terikat Y : Loyalitas Pelanggan	Loyalitas pelanggan adalah Perilaku pembelian ulang semata mata menyangkut pembelian merek tertentu yang sama secara berulang kali (bisa dikarenakan memang hanya satu satu nya merk yang tersedia, merk termurah dan sebagainya) Tjiptono (2011).	Menurut Lupiyoadi (2013) indikator loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut: 1. Menggunakan jasa/produk lagi dimasa yang akan datang. 2. Merekomendasikan produk/jasa kepada orang lain. 3. Tidak niat pindah dan tetap bertahan menggunakan produk/jasa.

Kategori jumlah skor per indikator, variabel X, Z dan variabel Y.

Pengukuran data menurut skala kategori, menurut Indrianto dan Supomo (1999), adalah sebagai berikut:

81% - 100% = Sangat Setuju

61% - 80% = Setuju

41% - 60% = Cukup

21% - 40% = Tidak setuju

1% - 20% = Sangat tidak setuju

G. Uji Kualitas Instrumen dan Data

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut dengan cara pernyataan dengan total skor apabila titik signifikansinya, *Sig. (2-tailed)* kurang dari 0.05 berarti valid, dan jika lebih dari 0,05 maka tidak valid Ghozali,(2011). Dalam hal ini juga bisa dilihat dari nilai *pearson correlation* jika nilai lebih besar dari pada nilai pembanding berupa *r-kritis*, maka item tersebut valid. Uji validitas pada penelitian ini dioperasikan menggunakan program SPSS dan pernyataan untuk tidak valid harus dikeluarkan dari kuesioner kemudian dihitung lagi perhitungan korelasinya.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu Ghozali,(2011). Serta uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan apakah suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan, bila suatu alat ukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala

yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh *relative* konsisten maka alat ukur tersebut *reliable*.

Suliyanto (2005) menyatakan reliabilitas berhubungan dengan kepercayaan terhadap suatu alat *tes*t, syarat keandalan terhadap suatu Instrumen menuntut kemantapan, ke "ajegan"atau kestabilan antara hasil pengamatan dengan instrumen. Pengujian ini Hanya dilakukan pada butir-butir pernyataan yang valid kemudian hasilnya dibandingkan dengan pernyataan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pernyataan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha (α)* (Ghozali, 2005). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,6 (Kuncoro, 2013).

H. Uji Hipotesis dan Analisis Data

Uji hipotesis dan analisis data dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan (Analisis Regresi Linear Sederhana).

a. Analisis Data

Analisis data adalah interpretasi untuk penelitian yang bertujuan untuk menjawab pernyataan-pernyataan penelitian dalam rangka mengungkapkan fenomena sosial tertentu, serta analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diimplementasikan Santoso,(2012). Analisis ini meliputi pengolahan data, pengorganisasian data dan penemuan hasil.

b. Metode Analisis Data

Analisis data (Analisis Regresi Linier Sederhana)

Regresi linear sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variabel independen dengan variabel dependen, atau dalam artian ada variabel yang mempengaruhi dan ada variabel yang dipengaruhi. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana yaitu pengaruh antara variabel (independen) yang mempengaruhi langsung (variabel dependen), yaitu bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan baik secara simultan dan secara persial / individual. Pengujian analisis menggunakan analisis regresi linier sederhana yang dioperasikan melalui program SPSS 22.0 yaitu untuk menguji hipotesis 1, 2, dan 3.

Model regresi linear sederhana menurut Sugiyono, (2009):

$Y = a + bX$

Keterangan :

Y : Variabel Terikat (dependen).

a : Harga Y, bila x = 0 (konstanta).

b : Angka arah atau koefisien regresi yang menunjukan peningkatan atau penurunan variabel dependen apa bila b (+) maka naik, dan bila (-) turun.

X : Variabel Bebas (independen).

c. Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk menganalisis pengaruh variable independen terhadap variabel dependen. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan uji t hitung (uji parsial). Uji t digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependent, Rahmawati dkk (2015).

Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, dalam penelitian ini uji t digunakan untuk hipotesis 1, 2, dan 3. Pengambilan keputusan ini dilakukan berdasarkan perbandingan nilai signifikansi dari nilai t hitung masing-masing koefisien regresi dengan taraf signifikansi yang ditetapkan, yaitu sebesar 0,05. Jika tingkat signifikansi t hitung lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak yang artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011).

d. Analisis path (analisis jalur)

Model path analisis digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (*eksogen*) terhadap variabel terikat (*endogen*). Dalam penelitian ini analisis path digunakan untuk menguji hipotesis 4.

Teknik ini digunakan untuk menguji besarnya sumbangan (kontribusi) yang ditunjukkan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur dari hubungan kausal antar variabel Kualitas Layanan (X) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) serta dampaknya terhadap Kepuasan Pelanggan (Z). Melalui analisis jalur ini untuk mengetahui besar mana pengaruh langsung antara variabel independen terhadap variabel dependen atau pengaruh tidak langsung antara variabel independen melalui variabel intervening dan terhadap variabel dependen, dalam analisis jalur ini dilihat dari nilai pada beta antara hasil pada pola hubungan variabel serta analisis path ditrima jika pengaruh tidak langsung lebih besar dari pengaruh langsung, maka dapat ditemukan jalur mana yang paling tepat antara pola hubungan pada variabel tersebut.

e. Uji Sobel

Penelitian ini terdapat variabel *intervening* atau mediasi yaitu kepuasan pelanggan, menurut Ghazali (2011) suatu variabel disebut *intervening* jika variabel tersebut ikut mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Dengan ini pengujian hipotesis *intervening* atau mediasi dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (1982) dan dikenal dengan uji Sobel (Sobel *Test*).

Uji sobel ini digunakan untuk menguji hipotesis 4 dengan variabel *intervening* yaitu Kepuasan Pelanggan. Dalam analisis jalur ini untuk mengetahui apakah pengaruh mediasi signifikan atau tidak, diuji dengan sobel *test* sebagai berikut:

$$Sp^2p^3 = \sqrt{p3^2\,Sp2^2 + p2^2Sp3^2 + Sp2^2Sp3^2}$$

Setelah mendapatkan nilai hasil dari Sp^2p^3 dapat dihitung nilai t statistik pengaruh *intervening* atau mediasi dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{p^2p^3}{Sp^2p^3}$$

Nilai t hitung ini dibandingkan dengan nilai t tabel, jika nilai t hitung > nilai t tabel maka dapat disimpulkan terjadi pengaruh mediasi. Asumsi uji sobel memerlukan jumlah sampel yang besar, jika jumlah sampel kecil, maka uji sobel kurang konservatif Ghozali (2011).