**BAB III**

**METODE PENELITIAN**

**3.1 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei yaitu dengan mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat dalam pengambilan data penelitian, sedangkan rumusan masalah yang digunakan dalam penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2013:11) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel lain yang diteliti dan dianalisis sehingga menghasilkan kesimpulan. Sedangkan penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2013:11) adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori, dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak.

Penelitian deskriftif adalah penelitian yang digunakan untuk mengetahui nilai variable mandiri, baik dari suatu variable atau lebih (independent) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variable yang lain Sugiyono (2012:11).

Penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2008:53) merupakan suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori dan akan mencoba menghasilkan metode ilmiah yakni status hipotesa yang berupa kesimpulan, apakah suatu hipotesa diterima atau ditolak. Mengingat sifat penelitian adalah deskriftif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data lapangan, maka peneliti melakukan teknik observasi pada objek penelitian, teknik ini menuntu adanya pengamatan dari peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitian, Juliansyah Noor (2012:140)

**3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel**

Bagian ini akan menjelaskan mengenai definisi dan ukuran yang digunakan untuk setiap variable baik variable independen, dan dependen disertai dengan pengukuran dari variable tersebut untuk kemudian dioperasionalisasikan.

**3.2.1 Definisi Variabel Penelitian**

Variable penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Sugiyono (2012:58). Berdasarkan judul penelitian ini terdapat empat valiabel yang digunakan yaitu : lokasi, promosi, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

1. Variable Independen merupakan variable ini sering disebut sebagai variable stimulus, predictor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut dengan variable bebas. Variable bebas adalah merupakan variable yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variable dependen (terikat). Sugiyono (2012 : 59). Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah lokasi (X1), Promosi (X2) dan kualitas pelayanan (X3).
2. Lokasi adalah tempat dimana aktifitas usaha dilakukan (Tjiptono dan Chandra, 2005)
3. Promosi adalah upaya memberitahukan dan menawarkan produk atau jasa guna menarik calon konsumen (swasta dan Irawan 2006:350)
4. Kualitas pelayanan adalah segala aktivitas perusahaan guna memenuhi harapan konsumen (Krisna Chandra : 2011)
5. Variable dependen merupakan variable yang dipengaruhi atau yang terjadi akibat, karena adanya variable bebas. Sugiyono (2012:59). Adapun variable terikat dalam penelitian ini adalah Kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan apa yang dia terima dan harapkan (Respati : 2011)

**3.2.2 Opersionalisasi Variabel**

Suatu penelitian dengan menggunakan suatu variable perlu diperhatikan indikator dan ukurannya agar memudahkan dalam melakukan penelitian itu sendiri. Agar lebih jelas, operasionalisasi dari variable-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dapat dilihat pada tabel yang disajikan pada hal selanjunya.

**Tabel 3.1**

**Operasionalisasi Variabel**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| NO | Variabel | Dimensi | Indikator | Ukuran | Skala  | NK |
| 1. | Lokasi  | Menajement Permintaan  | Lokasi Hotel Breeze dekat dari pusat kota dan jalan raya | Jarak Lokasi Hotel Breeze dekat dari pusat kota dan jalan raya | Ordinal | 1 |
|  |  | *Competitive Positioning* | Lingkungan sekitar hotel yang ramah terhadap pengunjung hotel Breeze  | Situasi Lingkungan sekitar hotel yang ramah terhadap pengunjung hotel Breeze  | Ordinal | 2 |
|  |  | *Flexibleitas*  | Kondisi jalan yang baik dan tidak macet menuju hotel Breeze | Tingkat Kondisi jalan yang baik dan tidak macet menuju hotel Breeze | Ordinal | 3 |
|  |  | *Focus Strategic* | Lokasi hotel yang dekat dengan aktivitas bisnis dan hiburan  | Jarak Lokasi hotel yang dekat dengan aktivitas bisnis dan hiburan  | Ordinal | 4 |
| 2 | Promosi  | Promosi penjualan | Promosi yang ditawarkan menarik bagi pengunjung | Hotel breeze memberikan promosi yang menarik  | Ordinal | 5 |
|  |  |  | Promosi yang di tawarkan memuaskan pengunjung | Hotel breeze memberikan promosi yang memuaskan | Ordinal | 6 |
|  |  | Iklan memberikan informasi | Promosi yang diberikan memberi informasi lebih dalam pada pengunjung tentang hotel Breeze  | Pengunjung lebih tau tentang hotel Breeze berawal dari iklan/promosi yang diberikan hotel Breeze | Ordinal | 7 |
| 3 | Kualitas Pelayanan | *Tangibles* (Bukti fisik) | Kondisi bangunan hotel yang bersih, nyaman, dan aman  | Hotel breeze memiliki kondisi bangunan yang bersih, nyaman dan aman bagi pengunjung | Ordinal | 8 |
|  |  | *Realiability* (Keandalan) | Kompetensi Karyawan akan pelayanan yang dibutuhkan pengunjung | Karyawan kompeten dalam melayani apa yang di butuhkan pengunjung hotel Breeze | Ordinal | 9 |
|  |  | *Responsiveness* (daya tanggap) | Kemampuan karyawan dalam menanggapi keluhan pengunjung | Karyawan hotel Breeze cepat dalam menanggapi keluhan pengunjung | Ordinal | 10 |
|  |  | *Assurance* (jaminan) | Kepercayaan konsumen akan pelayanan yang diberikan karyawan | Konsumen percaya akan pelayanan yang diberikan hotel breeze | Ordinal | 11 |
|  |  | *Emphaty* (empati) | Perhatian karyawan pada pengunjung akan keperluan pengunjung selama menginap  | Karyawan memberikan perhatian pada pengunjung akan kebutuhannya selama menginap | Ordinal | 12 |
| 4 | Kepuasan Pengunjung | Kualitas pelayanan | Komplain pengunjung akan kinerja karyawan dan fasilitas hotel | Pengunjung komplain akan kinerja karyawan dan fasilitas hotel Breeze | Ordinal | 13 |
|  |  | Kualitas produk | Kesediaan pengunjung untuk menginap kembali di hotel breeze | Pengunjung bersedia menginap kembali di hotel Breeze di kemudian hari  | Ordinal | 14 |
|  |  | Emosional  | Pengunjung memberikan reputasi yang baik bagi hotel Breeze | Hotel Breeze mempunyai reputasi yang baik | Ordinal | 15 |

Sumber : beberapa literatur ( diolah )

**3.3 Populasi dan Sampel**

Dalam setiap penelitian pasti memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga permasalahan yang ada dapat terpecahkan. Populasi dalam penelitian berlaku sebagai objekpenelitian, dengan menentukan popilasi peneliti dapat melakukan pengolahan data. Untuk mempermudah penelitianpun ada yang disebut sampel yaitu bagian dari populasi.sampel sangat membantu peneliti, peneliti tidak perlu meneliti secara keseluruhan pengunjung cukup hanya sebagian pengunjung saja.

**3.3.1 Teknik Pengambilan sampel**

Metode pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *snowball sampling*. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling accidental, dimana teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono,2012:62).

Responden dalam penelitian ini adalah pengunjung Hotel Breeze Bandung. Penelitian yang dilaksanakan mengambil responden sebanyak 32 orang hal ini diambil karena jumlah kamar yang hanya 12 kamar sehingga pengunjung yang minim untuk hotel breeze. Roscoe dalam Sugiyono (2014) memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian seperti berikut ini :

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
2. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya : pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
3. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 20.

**3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Kuesioner

Teknik pengumpulan data dengan kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Sugiyono (2012:199).

Dengan melakukan penyebaran kuesioner responden untuk mengukur persepsi responden digunakan Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social. Sugiyono (2012 : 132). Pertanyaan dalam kuesioner dibuat dengan menggunakan skala 1-5 untuk mewakili pendapat dari responden. Nilai untuk skala tersebut adalah :

1. Sangat Setuju : 5
2. Setuju : 4
3. Kurang Setuju : 3
4. Tidak Setuju : 2
5. Sangat Tidak Setuju : 1
6. Studi Pustaka

Merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca buku-buku literature, dan jurnal-jurnal yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan untuk mengetahui berbagai pengetahuan atau teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan penelitian.

1. *Interview* (wawancara)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menentukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Sugiyono (2012 : 149)

**3.5 Metode Analisis data yang Digunakan**

**3.5.1 Analisis Deskriptif**

Analisis Deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan

tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian. Dalam penelitian, penulis menggunakan Analisis Deskriptif atas Variabel Independen dan Dependennya yang selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total skor responden. Dari jumlah skor jawaban responden yang diperoleh kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pernyataan. Tahap analisis dilakukan sampai pada *scoring* dan indeks, dimana skor merupakan jumlah dari hasil perkalian setiap bobot nilai (1 sampai 5) frekuensi. Pada tahap selanjutnya indeks dihitung dengan metode *mean,* yaitu membagi total skor dengan jumlah responden. Angka indeks tersebut yangmenunjukkan kesatuan tanggapan seluruh responden sebagai variabel penelitian.

Nilai Tertinggi = 1 Nilai Terendah = 5

Rentang Skor $=\frac{Nilai Tertinggi-Nilai Terendah}{Jumlah Nilai}$

$=\frac{5-1}{5}=$0,8

Sumber : Husein Umar (2011:98)

 Setelah diketahui skor rata – rata, maka hasil tersebut dimasukan kedalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata – rata skor yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor. Dengan demikian kategori skala dapat ditentukan sebagai berikut :

* + 1. Jika memiliki kesesuaian 1,00 – 1,80 : Sangat Kurang
		2. Jika memiliki kesesuaian 1,81 – 2,60 : Kurang
		3. Jika memiliki kesesuaian 2,61 – 3,40 : Cukup Baik
		4. Jika memiliki kesesuaian 3,41 – 4,20 : Baik
		5. Jika memiliki kesesuaian 4,21 – 5,00 : Sangat Baik

Sumber :Husein Umar (2011:98)

**3.5.2 Analisis Verifikatif**

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan metode analisis regresi linier berganda dengan pendekatan *Ordinary Least Square* (OLS).

Analisis ini merupakan suatu metode yang digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel. Hubungan tersebut dapat dijelaskan dalam bentuk persamaan yang menghubungkan variabel terikat dengan satu atau lebih variabel bebas. Dalam penilitian ini hubungan antar variabel tersebut diformulasikan ke dalam bentuk persamaan sebagai berikut :

$Y=f(X1,X2,X3)$............................................................(3.1)

Keterangan :

 Y = Kepuasan Konsumen

 X1 = Lokasi

X2 = Promosi

X3 = Kualitas Pelayanan

Dari formulasi di atas, maka model untuk analisis regresi dengan menggunakan pendekatan OLS adalah sebagai berikut :

$ Y=β\_{0}+β\_{1}X1+β\_{2}X2+β\_{3}X+e…………………………$.........(3.2)

Keterangan :

 Y = Kepuasan Konsumen

$β\_{0}$ = Nilai konstanta yang akan diperoleh

$ β\_{1}-β\_{3}$ = Koefisien regresi

X1 = Lokasi

X2 = Promosi

X3 = Kualitas Pelayanan

e = *Error*

Konsep dari metode OLS adalah menduga koefisien regresi (βi) dengan meminimumkan *residual*. OLS dapat menduga koefisien regresi dengan baik, karena: (1) memiliki sifat tidak bias dengan varian yang minimum, (2) variabelnya konsisten dimana dengan meningkatnya ukuran *sample* maka koefisien regresi mengarah pada nilai populasi yang sebenarnya, dan (3) koefisien regresinya terdistribusi secara normal (Gujarati dalam Devi Aryani, 2014).

**3.5.3. Koefisien Determinasi** $\left(R^{2}\right)$

Nilai R2 mencerminkan seberapa besar keragaman dari variabel terikat yang dapat diterangkan oleh variabel bebasnya. Nilai R2 memiliki besaran yang positif dan kurang dari satu (0 ≤ R2 ≤ 1). Jika nilai R2 bernilai nol maka keragaman dari variabel terikat tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebasnya. Sebaliknya, jika nilai R2 bernilai satu maka keragaman dari variabel terikat secara keseluruhan dapat dijelaskan oleh variabel bebas secara sempurna (Devi Aryani, 2014).

**3.6 Rancangan Kuisioner**

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalisasikan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Kuisioner ini berisi pernyataan mengenai variabel lokasi, promosi dan kualitas pelayanan terhadap proses keputusan pembelian yang sesuai dengan operasionalisasi variabel penelitian.

**3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penulis melakukan penelitian pada bulan Januari 2018 dan sampai dengan selesai dan lokasi penelitian di Hotel Breeze Bandung Jl. Pondok Hijau Permai, Block I No. 11, Ciwaruga, Parongpong, Kab. Bandung Barat.