

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi yang dipilih untuk melakukan penelitian ini adalah Kawasan The Telkom Hub yang beralamat di Jalan Gatot Subroto, Jakarta Selatan. Alasan pemilihan lokasi penelitian di Kawasan The Telkom Hub dikarenakan sumber responden sesuai dengan kriteria peneliti yakni memiliki tingkat mobilitas yang tinggi dan sudah pernah menggunakan aplikasi RedDoorz serta merasakan layanannya dalam setahun minimal tiga kali.

Adapun waktu penelitian dilakukan dari bulan Maret 2019 hingga bulan Agustus 2019.

3.2. Metode Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian ini, penulis menggunakan jenis metode kuantitatif dengan pendekatan penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono, (2017:8) “Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.” Sugiyono, (2017:35) menyatakan bahwa “Metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel bebas atau *variable independent*, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari hubungan variabel itu

dengan variabel yang lain.” Metode deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk memberikan gambaran bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan *Virtual Hotel Operator*.

Variabel yang diteliti pada penelitian ini yaitu variabel independen, variabel dependen, dan *intervening*. Adapun variabel *independen* yaitu kualitas layanan, Sedangkan variabel *dependen* adalah loyalitas. Dan variabel *intervening* yaitu kepuasan.

3.3. Populasi dan Sampling

3.3.1. Populasi

Populasi adalah “Wilayah generalisasi, objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.” Sugiyono, (2017:80). Sedangkan menurut Arikunto, (2013:173) populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian. Maka populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah menginap di RedDoorz.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah “Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.” Sugiyono, (2017:81). Dalam menentukan data yang akan diteliti, teknik pengambilan sampel (*sampling*) yang digunakan adalah Teknik *Purposive Sampling*. Menurut Sugiyono, (2017:85) “*Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.” Alasan pemilihan sampel dengan menggunakan *purposive sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria sesuai dengan yang telah penulis

tentukan. Oleh karena itu, sampel yang dipilih sengaja ditentukan berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditentukan untuk mendapatkan sampel yang representatif. Adapun kriteria yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan RedDoorz yang sudah pernah menginap dan merasakan layanan di RedDoorz minimal tiga kali dalam satu tahun.

Menurut Hair dalam Zuhri dan Adriansyah, (2016:104) ada beberapa saran yang dapat digunakan untuk pedoman dalam menentukan jumlah sampel dalam analisis SEM (*Structural Equation Model*) yaitu:

- a. Ukuran sampel 100 - 200 untuk teknik estimasi *maximum likelihood*.
- b. Bergantung pada jumlah parameter yang diestimasi. Pedomannya ialah 5 - 10 kali jumlah parameter yang diestimasi.
- c. Tergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel bentukan. Jumlah sampel adalah indikator variabel bentukan, yang dikali 5 sampai dengan 10. Apabila terdapat 20 indikator, besarnya sampel adalah antara 100 hingga 200 sampel.

Dari teori yang diungkapkan oleh Hair diatas, maka peneliti akan menggunakan sampel sebanyak 203 responden. Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan dapat memenuhi kriteria sebagai berikut: (1) Pernah melakukan *booking* penginapan di RedDoorz (2) Pernah menginap dan merasakan layanan RedDoorz selama tiga kali dalam satu tahun.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono, (2017:224) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah

mendapatkan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan (*Library Research*) yaitu mengumpulkan data dengan cara membaca, mempelajari, dan menganalisa buku yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti. Dengan cara membaca buku, jurnal, artikel, sumber dari internet dan catatan lainnya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti tentang kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas konsumen.

2. Data Primer

Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh langsung dari sumber asli tanpa melalui media perantara. Data primer dapat diperoleh dari pengisian kuesioner oleh para responden. Dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan kuesioner. Dimana kuesioner dalam penelitian ini digunakan untuk mencari tahu masalah yang ada.

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah kuesioner atau biasa disebut juga angket. Menurut Sugiyono, (2017:142) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini, penulis membagikan kuesioner melalui media elektronik yaitu *Google Form* sebanyak 203 responden. Tipe pertanyaan yang dibuat peneliti yaitu tipe tertutup dan terbuka. Pertanyaan tertutup membantu responden menjawab

dengan cepat karena jawabannya sudah terdapat dalam angket, sedangkan untuk pertanyaan terbuka bertujuan untuk memberikan kebebasan responden untuk menjawab.

3.5. Operasional Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono, (2017:39) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Bebas (*Independen Variable*)

Sugiyono, (2017:39) menyatakan bahwa variabel bebas (*independen*) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*dependen*). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas atau *independen* Kualitas Layanan (X).

2. Variabel Terikat (*Dependen Variable*)

Sugiyono, (2017:39) menyatakan bahwa variabel terikat (*dependen*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini terdapat satu variabel terikat yaitu loyalitas (Z).

3. Variabel Intervening (*Intervening Variable*)

Variabel Intervening menurut Sugiyono, (2016:39) adalah “variabel intervening (penghubung) adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel *independen* dan *dependen* menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel

penyela/antara yang terletak di antara variabel *independen* dan *dependen*, sehingga variabel *independen* tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel *dependen*". Dalam penelitian ini yang menjadi variabel *intervening* atau penghubung yaitu kepuasan (Y).

Tabel III.1
Operasional Variabel

No	Variabel	Dimensi	Operasionalisasi	Skala Ukur	Sumber
1	Kualitas Layanan (X) Kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen (Tjiptono dan Chandra, 2016)	<i>Tangible</i> (Berwujud)	1. <i>Staff</i> RedDoorz menyediakan makanan dan minuman	Likerts	Priporas, Stylos, Vedanthachari, Santiwatana (2016)
			2. Kapasitas penginapan yang memadai		
			3. Peralatan yang terlihat modern		
			4. Peralatan penginapan berfungsi dengan baik		
			5. Suasana di penginapan nyaman		
		<i>Realibility</i> (Keandalan)	6. Menyediakan layanan seperti yang dijanjikan	Likerts	Priporas, Stylos, Vedanthachari, Santiwatana (2016)
			7. <i>Staff</i> RedDoorz melakukan layanan dengan benar saat pertama kali		
			8. <i>Staff</i> RedDoorz selalu bersedia untuk melayani		
			9. <i>Staff</i> RedDoorz selalu ada saat dibutuhkan		
			10. Menyediakan layanan pada waktu yang dijanjikan		
			11. Menyediakan layanan yang cepat		
		<i>Emphaty</i> (Empati)	12. <i>Staff</i> RedDoorz melayani tamu dengan	Likerts	Priporas, Stylos,

			ramah		Vedanthachari, Santiwatana (2016)
			13. <i>Staff</i> RedDoorz memahami kebutuhan khusus tamu		
			14. <i>Staff</i> RedDoorz memberikan perhatian kepada setiap tamu yang menginap		
			15. Memberikan bantuan di bidang lain yang diperlukan		
		<i>Assurance</i> (Kepastian)	16. Jam operasional RedDoorz yang mudah diakses	Likerts	Priporas, Stylos, Vedanthachari, Santiwatana (2016)
			17. Menyediakan tempat yang aman		
			18. <i>Staff</i> RedDoorz dapat dipercaya		
		<i>Responsiveness</i> (Cepat Tanggap)	19. <i>Staff</i> RedDoorz dapat mengatasi keluhan tamu dengan baik	Likerts	Priporas, Stylos, Vedanthachari, Santiwatana (2016)
			20. Kemudahan akses ke penginapan		
			21. Informasi yang diberikan <i>Staff</i> RedDoorz cukup lengkap		
2	Kepuasan (Y) Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu jika kinerja di bawah harapan, konsumen akan		22. Senang dengan keputusan menginap di akomodasi RedDoorz ini	Likerts	Priporas, Stylos, Vedanthachari, Santiwatana (2016)
			23. Melakukan hal yang benar ketika menginap di akomodasi RedDoorz ini		

	merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan konsumen akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka konsumen akan merasa sangat puas senang atau gembira (Kotler Keller, 2016)		24. Secara keseluruhan, puas dengan keputusan menginap di akomodasi RedDoorz ini		
3	Loyalitas (Z) Komitmen yang dipegang teguh untuk membeli kembali produk atau jasa yang direkomendasikan di masa depan terlepas dari pengaruh situasional dan upaya pemasaran yang berpotensi menyebabkan perubahan perilaku. (Kotler Keller, 2016)		25. Akan kembali ke akomodasi RedDoorz ini di waktu yang akan datang	Likerts	Priporas, Stylos, Vedanthachari, Santiwatana (2016)
		26. Akan merekomendasikan akomodasi RedDoorz ini kepada orang lain			
		27. Akan memberitahukan orang lain tentang akomodasi RedDoorz memberikan layanan yang baik			

Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti (2019)

3.6. Skala Pengukuran

Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono, (2017:93) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dalam skala likert, maka

yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data dan mengolah data yang diperoleh dari kuesioner dengan cara memberikan bobot dari setiap pertanyaan berdasarkan skala likert. Adapun kriteria penilaian dapat dilihat dari tabel III.2 Skala Pengukuran seperti dibawah ini:

Tabel III.2
Skala Pengukuran

Pertanyaan	Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Cukup Setuju	CS	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2017:93)

3.7. Teknik Analisa Data

Untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari data yang terkumpul, penulis menggunakan *software* analisis data SEM (*Structrual Equation Modeling*) menggunakan *AMOS* versi 22 untuk mengolah dan menganalisis data hasil penelitian. Penggunaan SEM dipilih sebab dinilai lebih akurat dan unggul dikarenakan dapat menganalisis data secara lebih komprehensif, dimana kita tidak hanya dapat mengetahui hubungan kausalitas antar variabel, lebih dari itu kita dapat mengetahui komponen-komponen pembentuk variabel tersebut dan mengetahui besarannya. SEM dinilai mampu menganalisis hubungan antara variabel laten dengan variabel indikatornya,

hubungan antara variabel laten yang satu dengan variabel laten yang lain, juga untuk mengetahui besarnya kesalahan dalam pengukuran.

3.7.1. Analisa Deskriptif

Menurut Sugiyono, (2017:15) analisis deskriptif ialah analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis deskriptif bertujuan untuk menggambarkan setiap jawaban responden berdasarkan kuesioner yang telah dibuat peneliti. Pendekatan teknik analisis deskriptif dalam hal ini antara lain berupa penyajian melalui tabel atau grafik. Perhitungan data dengan menggunakan frekuensi serta presentase.

3.7.2. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017:125), Uji validitas menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas ini digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya satu butir pertanyaan untuk responden nantinya. Uji validitas bertujuan untuk mengkonfirmasi korelasi antar variabel.

Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan dengan menggunakan *Exploratory Factor Analysis* (EFA). Menurut Hair, *et all* (2010:93) “*Exploratory Factor Analysis* (EFA) merupakan analisis faktor yang memiliki prosedur, yaitu memeriksa data dan memberikan penelitian dengan informasi berapa banyak faktor yang diperlukan untuk menggambarkan data

dalam *Exploratory Factor Analysis*, semua variabel terukur dihubungkan untuk setiap faktor oleh suatu *estimasi loading factor*. Proses pembentukan faktor dilakukan untuk beberapa faktor yang dengan mempertimbangkan nilai *eigenvalues* (λ). Pembentukan faktor yang dapat diterima jika nilai *eigenvalues* (λ) lebih dari 0,5.”

Penelitian ini juga menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Menurut Hair, *et al* (2010:93) “*Confirmatory Factor Analysis* (CFA) merupakan analisis faktor yang digunakan untuk menguji bagaimana variabel-variabel terukur dengan baik dan menggambarkan atau mewakili suatu bilangan dari konstruk.” CFA digunakan untuk menguji variabel-variabel terukur yang menggambarkan dalam model secara teoritis.

3.7.3. Uji Reliabilitas

Umar (2011:194) “Pengujian reliabilitas adalah suatu angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama.” Angka indeks tersebut digunakan untuk mengetahui kekuatan dari suatu data dan dijadikan sebagai acuan dari *Cronbach Alpha* yang dapat menunjukkan besar dari faktor hubungan dari variabel satu dengan variabel lain. Menurut Hair, *et al* (2010:148) Tujuan dari uji reliabilitas adalah untuk memastikan dan mengetahui bahwa tanggapan responden tidak terlalu bervariasi sepanjang periode waktu sehingga pengukuran yang diambil pada suatu titik waktu dapat diandalkan.

Dalam pengujian reliabilitas ini, peneliti menggunakan metode statistik *Cronbach Alpha* dengan signifikansi yang digunakan sebesar 0,60 dimana

jika nilai *Cronbach Alpha* dari suatu variabel lebih besar dari 0,60 maka butiran pertanyaan yang diajukan dalam pengukuran instrumen tersebut memiliki reliabilitas yang memadai. Sebaliknya, jika nilai *Cronbach Alpha* dari suatu variabel lebih kecil dari 0,60 maka butiran pertanyaan tersebut tidak *reliable*, Ghozali, (2014:257).

Rumus reliabilitas *Cronbach Alpha* adalah sebagai berikut

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

- r_{11} : Reliabilitas instrumen
 σ_b^2 : Jumlah varian butir
 K : Banyak butiran pertanyaan
 σ_t^2 : Jumlah varians total

3.7.4. Uji Hipotesis

Peneliti menggunakan metode *Structural Equation Modelling (SEM)* dengan menggunakan alat analisis AMOS versi 22. Dalam SEM digunakan *Confirmatory Factor Analisis* untuk mengurangi kesalahan pengukuran dengan memiliki banyak indikator dalam satu variabel laten. Menurut Santoso (2015:25) menyatakan bahwa *Structural Equation Modelling (SEM)* adalah analisis statistik yang merupakan perpaduan gabungan dari analisis faktor dan regresi. Model persamaan struktural model SEM terdapat dua kelompok, yaitu *covariance based matrix structural equation modeling* dan *variance based matrix structural equation modeling*. *Covariance based*

matric structural equation modeling lebih ditujukan untuk menjelaskan hubungan item dalam variabel-variabel dan mengkonfirmasi model dan juga lebih memfokuskan bagaimana suatu *structural* model cocok (*fit*) dengan hasil observasi dan memberikan penjelasan. Adapun analisis statistik yang termasuk dalam *covariance based matric structural equation modeling* adalah *lisrel* dan *amos*. Sedangkan *variance based matric structural equation modeling* yaitu lebih ditujukan untuk melakukan prediksi dari hubungan konstruk atau variabel *independen* dan variabel *dependen* dalam suatu model.

Menurut Sanusi (2012:127), dalam penggunaannya *Structural Equation Modelling* (SEM) terdapat beberapa alat uji SEM yang terbagi menjadi tiga:

a) *Absolute Fit Measures*

Absolute Fit Measures merupakan pengujian yang paling mendasar pada SEM dengan mengukur model *fit* secara keseluruhan baik model struktural maupun model pengukuran secara bersamaan. Alat ukur pada *Absolute Fit Measures* yaitu:

1. Uji *Chi Square* (Uji kecocokan)

Chi Square statistik merupakan alat ukur yang paling penting dalam menguji model keseluruhan. Nilai *Chi Square* yang besar (sifatnya relatif terhadap derajat kebebasan) menunjukkan adanya perbedaan antara matrik input terhadap matrik hasil estimasi (matrik input bisa korelasi atau kovarians). Bahwa semakin kecil nilai χ^2 semakin baik model itu karena dalam uji beda *chi square*, $\chi^2 = 0$, berarti benar-benar tidak ada perbedaan berdasarkan probabilitas dengan nilai *p.value* sebesar *p.value* >0,05.

2. *Goodness of Fit Index (GFI)*

GFI menunjukkan tingkat ketepatan suatu model dalam menghasilkan matriks kovarian yang teramati. Model dianggap *fit* apabila nilai GFI $\geq 0,9$

3. *Root Mean Square Residual (RMSR)*

RMSR adalah rata-rata residual antara matriks kovarians korelasi yang teramati dengan hasil estimasi. Model dianggap *good fit* apabila nilai RMSR kurang dari 0,05 ($\text{RMSR} < 0,05$)

4. *Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)*

RMSEA mengukur penyimpangan nilai parameter suatu model dengan matriks kovarians populasinya. Suatu model dikatakan *close fit* apabila nilai memiliki nilai RMSEA kurang dari atau sama dengan 0,05 dan suatu model dikatakan *good fit* apabila memiliki nilai RMSEA $0,05 \leq \text{RMSEA} \leq 0,08$.

b) *Incremental Fit Measures*

Incremental Fit Measures ialah ukuran kecocokan secara relatif, digunakan untuk *Root Mean Square Error of Approximation* membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar yang digunakan oleh penelitian.

1. *Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)*

AGFI merupakan modifikasi dari GFI untuk *degree of freedom* (df) dalam model. Suatu model dikatakan *good fit* apabila memiliki AGFI

lebih besar dari 0.9 ($AGFI \geq 0,9$) dan dikatakan *fit marginal* jika ($0,8 \leq AGFI \leq$)

2. *Trucker Lewis Index* (TLI)

TLI juga dikenal sebagai *Non Normed Fit Index* (NNFI), digunakan sebagai sarana untuk mengevaluasi analisis faktor yang kemudian diperluas untuk SEM Nilai TLI berkisar diantara 0 sampai 1. Sebuah model dikatakan *good fit* apabila memiliki nilai $TLI \geq 0,9$ dan dikatakan *fit marginal* apabila memiliki nilai $TLI (0,8 \leq TLI \leq 0,9)$

3. *Comparative Fit Index* (CFI)

CFI merupakan bentuk revisi dari NFI yang memperhitungkan ukuran sampel yang dapat menguji dengan baik, bahkan ketika ukuran sampel kecil. Nilai CFI berkisar antara 0 sampai 1. Suatu model dikatakan *good fit* apabila memiliki nilai CFI lebih besar atau sama dengan 0,9 ($CFI \geq 0,9$) dan dikatakan *marginal fit* apabila ($0,8 \leq CFI \leq 0,9$).

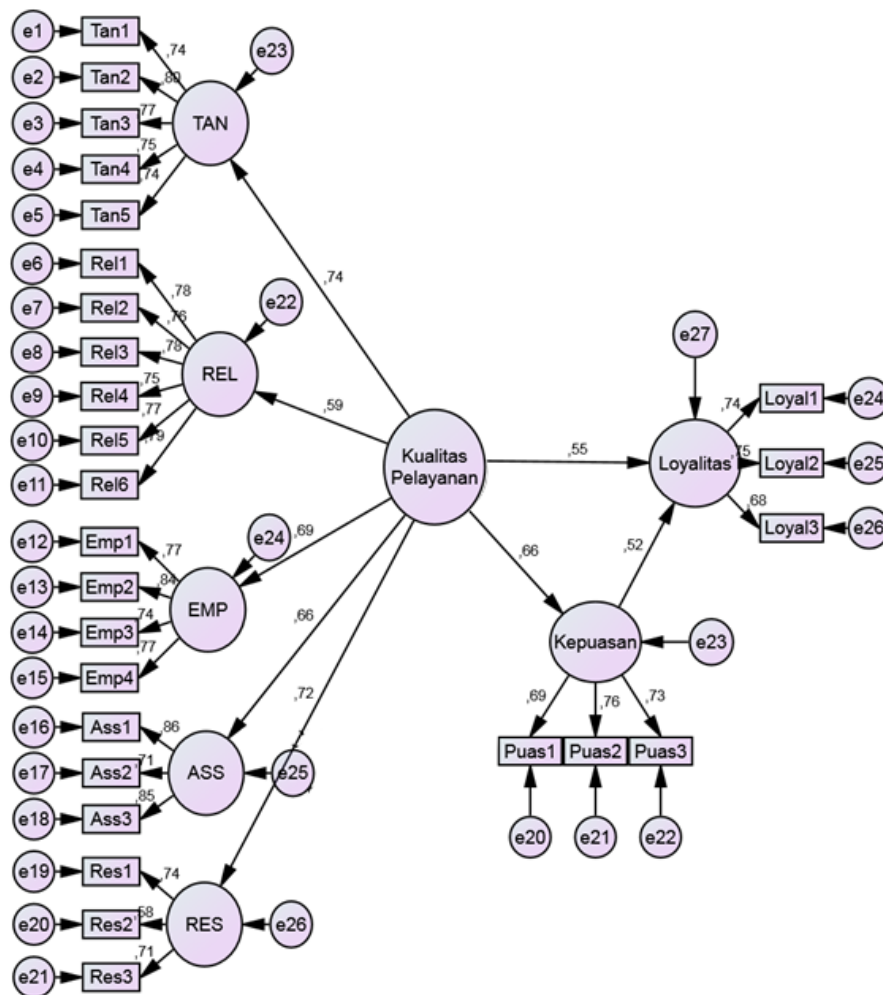
Tabel III.3
Goodness of Fit Indices

<i>Goodness of Fit Indices</i>	<i>Cut – Off Value</i>
Chi Square	Semakin kecil semakin baik
<i>Root Mean Square Residual</i> (RMSR)	< 0,05
<i>Goodness of Fit Index</i> (GFI)	$\geq 0,09$
<i>Root Mean Square Error of Approximation</i> (RSMEA)	$0,05 \leq RMSEA \leq 0,08$
CMIN/DF	<2,00
<i>Comparative Fit Index</i> (CFI)	> 0,90
<i>Non Normed Fix Index</i> (NNFI)	> 0,90

Sumber : Sanusi (2012:127)

c) Parsimony Fit Measures

Parsimony Fit Measures adalah bagian kecocokan dari sisi kesederhanaan model. Jika model ini sudah terpenuhi maka model dikatakan sudah fit.



Gambar III.1
Diagram Konseptual Full Model
 Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2019)