

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Identifikasi Masalah

Terdapat tiga dimensi dalam model *Website Quality (WebQual)* terkait dengan kualitas *website*. Dimensi-dimensi tersebut selanjutnya digunakan dalam penelitian ini sebagai variabel bebas (*independent variable*). Tiga dimensi kualitas *website* tersebut adalah :

1. Dimensi Kualitas Penggunaan (*Usability Quality*) sebagai variabel X1.
2. Dimensi Kualitas Informasi (*Information Quality*) sebagai variabel X2.
3. Dimensi Kualitas Interaksi (*Interaction Quality*) sebagai variabel X3.

Dalam penelitian ini yang berperan sebagai variabel terikat (Y) adalah kepuasan pengguna (*Customer Satisfaction*).

3.2 Instrumen Penelitian

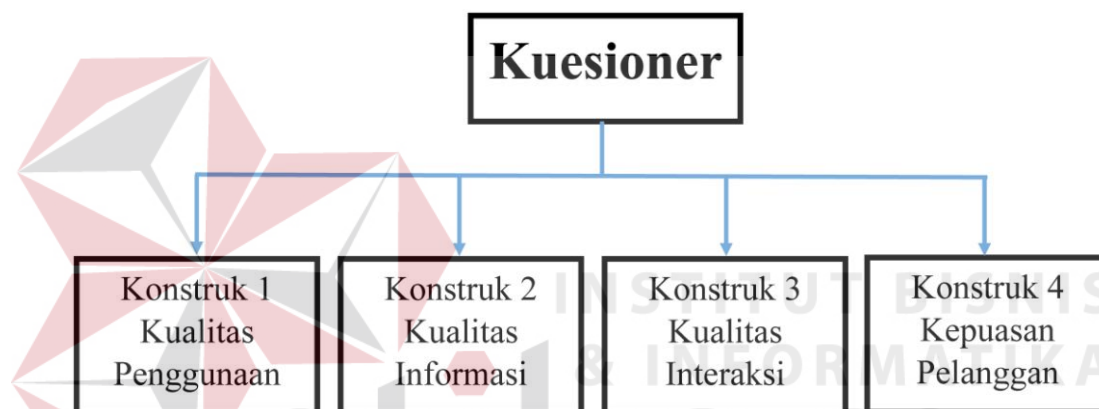
Instrumen penelitian menurut Arikunto (2003) adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis sehingga lebih mudah diolah. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner. Kelayakan dan keandalan kuesioner akan diukur menggunakan uji validitas dan reliabilitas kuesioner. Tahap-tahap dalam mendesain kuesioner akan dibahas pada sub bab berikut.

3.2.1 Desain Kuesioner

Penulis merancang desain kuesioner untuk meneliti pengaruh kualitas *website* terhadap kepuasan pengguna dengan beberapa tahapan, yaitu:

A. Perancangan Konstruk

Konstruk adalah elemen dari kuesioner yang digunakan untuk mendefinisikan tujuan penilaian sebuah kuesioner terhadap objek kuesioner. Konstruk kuesioner untuk penelitian ini ditunjukkan pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1 Konstruk Kuesioner Pengaruh Kualitas *Website* Terhadap Kepuasan Pelanggan

B. Konsep Konstruk

Setelah menyusun perencanaan konstruk, maka langkah selanjutnya adalah menginterpretasikan rancangan tersebut ke dalam sebuah konsep yang akan menjelaskan fungsi dari masing–masing konstruk tersebut. Penyusunan konsep konstruk yang dibuat oleh penulis untuk kuesioner pengaruh kualitas *website* terhadap kepuasan pelanggan menggunakan metode *WebQual* berdasarkan pada gambar 3.1 adalah sebagai berikut :

1. Konstruk 1 : Kualitas Penggunaan (*Usability*)

Konstruk ini dibuat untuk menilai kemudahan pengoperasian dan penampilan *website* Hotel 88.

2. Konstruk 2 : Kualitas Informasi (*Informaton Quality*)

Konstruk ini dibuat untuk menilai sejauhmana keakuratan dan relevansi informasi yang disajikan di *website* Hotel 88.

3. Konstruk 3 : Kualitas Interaksi (*Interaction Quality*)

Konstruk ini dibuat untuk menilai sejauhmana kualitas interaksi yang dimiliki oleh *website* Hotel 88 dilihat dari keamanan dan kepercayaan pengguna.

4. Konstruk 4 : Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*)

Konstruk ini dibuat untuk menilai kepuasan pengguna secara keseluruhan terhadap layanan *website* Hotel 88.

C. Perancangan Pertanyaan Konstruk

Pertanyaan didesain berdasarkan masing-masing item konstruk yang telah dibuat. Sebuah item diterjemahkan ke dalam sebuah pertanyaan.

1. Konstruk I : Kualitas Penggunaan

Item 1 : Kemudahan untuk dipelajari

Pertanyaan : “Saya merasa mudah untuk mempelajari pengoperasian *website* Hotel 88”

Item 2 : Kemudahan untuk dimengerti

Pertanyaan : “Penggunaan/interaksi dengan *website* Hotel 88 sangat mudah dimengerti dan tidak membingungkan”

Item 3 : Kemudahan untuk ditelusuri

Pertanyaan : “Saya mudah menemukan link-link yang diinginkan (mudah bernavigasi) melalui *website* Hotel 88.”

Item 4 : Kemudahan untuk digunakan

Pertanyaan : “*Website* Hotel 88 mudah untuk digunakan”

Item 5 : Daya tarik tampilan

Pertanyaan : “*Website* Hotel 88 memiliki tampilan yang menarik”

Item 6 : Kesesuaian desain

Pertanyaan : “Desain *website* Hotel 88 sudah sesuai dengan desain sistem berbasis *web*”

Item 7 : Kompetensi

Pertanyaan : “*Website* Hotel 88 memiliki kompetensi yang baik”

Item 8 : Kemampuan dalam memberi pengaruh positif

Pertanyaan : “*Website* Hotel 88 dapat memberikan pengaruh/pengalaman positif bagi saya”

2. Konstruk II : Kualitas Informasi

Item 1 : Keakuratan informasi

Pertanyaan : “*Website* Hotel 88 menyediakan informasi yang akurat”

Item 2 : Reliabilitas informasi

Pertanyaan : “Informasi yang disajikan *website* Hotel 88 dapat dipercaya”

Item 3 : Ketepatan informasi

Pertanyaan : “Informasi yang disajikan *website* Hotel 88 *up to date* (terbaru).”

Item 4 : Relevansi informasi

Pertanyaan : “Informasi yang disajikan *website* Hotel 88 relevan dengan apa yang saya butuhkan”

Item 5 : Kemudahan informasi untuk dipahami

Pertanyaan : “Informasi yang disediakan *website* Hotel 88 mudah untuk dipahami”

Item 6 : Detail informasi

Pertanyaan : “Informasi yang disajikan *website* Hotel 88 sangat detail pada level yang tepat”

Item 7 : Kesesuaian format

Pertanyaan : “Informasi yang disajikan *website* Hotel 88 dalam format yang sesuai”

3. Konstruk III : Kualitas Interaksi

Item 1 : Reputasi yang bagus

Pertanyaan : “*Website* Hotel 88 memiliki reputasi yang baik”

Item 2 : Keamanan betransaksi

Pertanyaan : “Saya merasa aman jika melakukan transaksi/interaksi melalui *website* Hotel 88.”

Item 3 : Kepercayaan menjaga informasi

Pertanyaan : “*Website* Hotel 88 sangat menjaga informasi pribadi saya”

Item 4 : Ketersediaan ruang personalisasi

Pertanyaan : “*Website* memberikan ruang untuk personalisasi”

Item 5 : Ketersediaan ruang untuk komunitas

Pertanyaan : “*Website* memberikan ruang untuk komunitas”

Item 6 : Kemudahan berkomunikasi

Pertanyaan : “*Website* Hotel 88 memberikan kemudahan pada saya untuk berkomunikasi dengan organisasi”

Item 7 : Keyakinan terhadap layanan *website*

Pertanyaan : “Saya merasa yakin bahwa semua informasi dan layanan dalam *website* Hotel 88 berjalan dengan baik dan optimal sesuai dengan yang dijanjikan”

“sebagaimana yang telah dijanjikan”

4. Konstruk IV : Kepuasan Pelanggan

Item 1 : Rasa suka dengan *website*

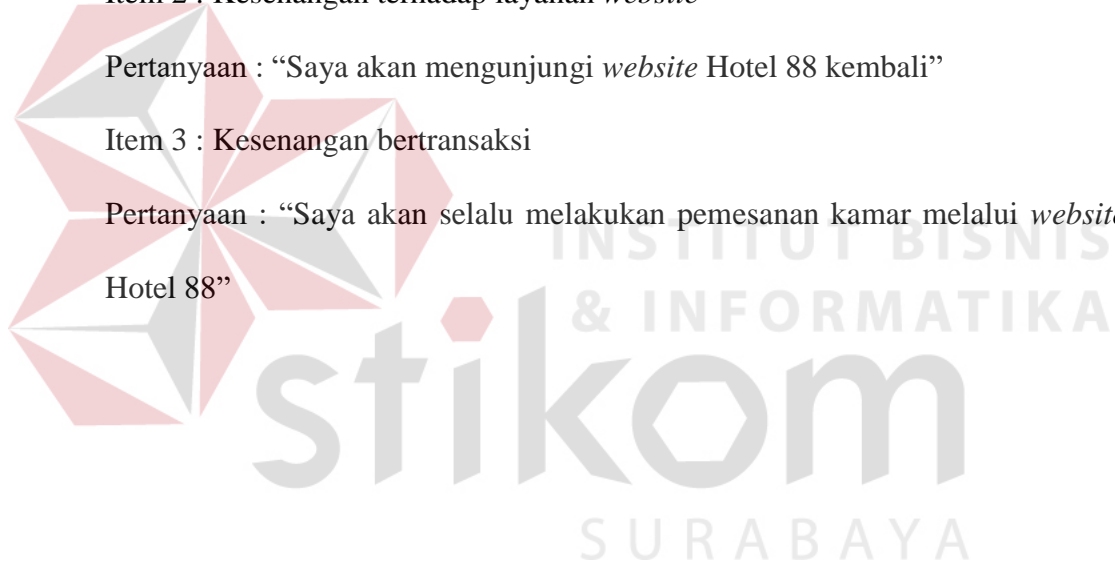
Pertanyaan : “Saya senang berlama-lama membuka *website* Hotel 88”

Item 2 : Kesenangan terhadap layanan *website*

Pertanyaan : “Saya akan mengunjungi *website* Hotel 88 kembali”

Item 3 : Kesenangan bertransaksi

Pertanyaan : “Saya akan selalu melakukan pemesanan kamar melalui *website* Hotel 88”



Contoh kuesioner *hardcopy (offline)* dan kuesioner *google form (online)*

yang akan diajukan kepada pengunjung *website* dapat dilihat pada gambar 3.2 dan gambar 3.3.

IDENTITAS RESPONDEN / CUSTOMER IDENTIFICATION
 Kamar / Room : _____
 Tanggal / Date : _____
 Nama / Name : _____
 Asal / Hometown : _____
 Jenis kelamin / Gender : Laki-laki / Male Perempuan / Female
 Usia / Age : ≤ 25 th 26 – 35 th 36 – 45 th
 46 – 55 th > 56 th
 Pekerjaan : PNS Karyawan/Swasta Pelajar/Mahasiswa
 Ibu Rumah Tangga Lain-lain

Keterangan Jawaban :
STS : Sangat Tidak Setuju, TS : Tidak Setuju, R : Ragu-ragu, S : Setuju, SS : Sangat Setuju

A. Kualitas Penggunaan (Usability Quality) (X₁)

No	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
1	Saya merasa mudah untuk mempelajari pengoperasian <i>website</i> Hotel 88.					
2	Penggunaan/interaksi dengan <i>website</i> Hotel 88 sangat mudah dimengerti dan tidak membingungkan.					
3	Saya mudah menemukan link-link yang diinginkan (mudah bernavigasi) melalui <i>website</i> Hotel 88.					
4	<i>Website</i> Hotel 88 mudah digunakan.					
5	<i>Website</i> Hotel 88 memiliki tampilan yang menarik.					
6	Desain <i>website</i> Hotel 88 sudah sesuai dengan desain sistem berbasis web.					
7	<i>Website</i> Hotel 88 memiliki kompetensi yang baik.					
8	<i>Website</i> Hotel 88 dapat memberikan pengaruh/pengalaman positif bagi saya					

B. Kualitas Informasi (Information Quality) (X₂)

No	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
1	<i>Website</i> Hotel 88 menyajikan informasi yang akurat.					
2	Informasi yang disajikan <i>website</i> Hotel 88 dapat dipercaya.					
3	Informasi yang disajikan <i>website</i> Hotel 88 up to date (terbaru).					
4	Informasi yang disajikan <i>website</i> Hotel 88 relevan dengan apa yang saya butuhkan.					

C. Kualitas Interaksi (Interaction Quality) (X₃)

No	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
1	<i>Website</i> Hotel 88 memiliki reputasi yang bagus.					
2	Saya merasa aman jika melakukan transaksi/interaksi melalui <i>website</i> Hotel 88.					
3	<i>Website</i> 88 sangat menjaga informasi pribadi saya.					
4	<i>Website</i> Hotel 88 memberikan ruang untuk personalisasi.					
5	<i>Website</i> Hotel 88 memberikan ruang untuk komunitas.					
6	<i>Website</i> Hotel 88 memberikan kemudahan pada saya untuk berkomunikasi dengan organisasi.					
7	Saya merasa yakin bahwa semua informasi dan layanan dalam <i>website</i> Hotel 88 berjalan dengan baik dan optimal sesuai dengan yang dijanjikan.					

D. Kepuasan Pengguna (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
1	Saya senang berlama-lama membuka <i>website</i> Hotel 88					
2	Saya akan mengunjungi <i>website</i> Hotel 88 kembali					
3	Saya akan selalu melakukan pemesanan kamar melalui <i>website</i> Hotel 88					

© THANK YOU FOR YOUR PARTICIPATION ©



Feel at home for business

Gambar 3.2 Kuesioner *Hard Copy (Offline)*



WEBSITE SURVEY HOTEL 88 (www.hotel88.co.id)

Kuesioner Penelitian

* Wajib



Feel at home for business

NAMA *

KOTA *

KELAMIN *

Laki-Laki
 Perempuan

USIA *

< 20th
 20 - 30th
 31 - 40th
 41 - 50 th
 > 51 th

PEKERJAAN *

PNS
 Karyawan/Swasta
 Pelajar/Mahasiswa
 Ibu Rumah Tangga
 Lain-Lain

Lanjutkan »

20% selesai

Gambar 3.3 Kuesioner *Google Form (Online)* Data Responden



WEBSITE SURVEY HOTEL 88 (www.hotel88.co.id)

* Wajib

A. Kualitas Penggunaan (Usability Quality) (X1)

1. Saya merasa mudah untuk mempelajari pengoperasian website Hotel 88. *

- Sangat Tidak Setuju
 Tidak Setuju
 Ragu-ragu
 Setuju
 Sangat Setuju

2. Penggunaan/interaksi dengan website Hotel 88 sangat mudah dimengerti dan tidak membingungkan. *

- Sangat Tidak Setuju
 Tidak Setuju
 Ragu-ragu
 Setuju
 Sangat Setuju

3. Saya mudah menemukan link-link yang diinginkan (mudah bernavigasi) melalui website Hotel 88. *

- Sangat Tidak Setuju
 Tidak Setuju
 Ragu-ragu
 Setuju
 Sangat Setuju

4. Website Hotel 88 mudah digunakan. *

- Sangat Tidak Setuju
 Tidak Setuju
 Ragu-ragu
 Setuju
 Sangat Setuju

5. Website Hotel 88 memiliki tampilan yang menarik. *

- Sangat Tidak Setuju
 Tidak Setuju
 Ragu-ragu
 Setuju
 Sangat Setuju

6. Desain website Hotel 88 sudah sesuai dengan desain sistem berbasis web. *

- Sangat Tidak Setuju
 Tidak Setuju
 Ragu-ragu
 Setuju
 Sangat Setuju

7. Website Hotel 88 memiliki kompetensi yang baik. *

- Sangat Tidak Setuju
 Tidak Setuju
 Ragu-ragu
 Setuju
 Sangat Setuju

8. Website Hotel 88 dapat memberikan pengaruh/pengalaman positif bagi saya. *

- Sangat Tidak Setuju
 Tidak Setuju
 Ragu-ragu
 Setuju
 Sangat Setuju

[← Kembali](#)

[Lanjutkan →](#)

40% selesai

Gambar 3.4 Kuesioner Google Form (Online) Halaman 1



WEBSITE SURVEY HOTEL 88 (www.hotel88.co.id)

* Wajib

B. Kualitas Informasi (Information Quality) (X2)

1. Website Hotel 88 menyajikan informasi yang akurat. *

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Ragu-ragu
- Setuju
- Sangat Setuju

2. Informasi yang disajikan website Hotel 88 dapat dipercaya. *

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Ragu-ragu
- Setuju
- Sangat Setuju

3. Website 88 sangat menjaga informasi pribadi saya. *

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Ragu-ragu
- Setuju
- Sangat Setuju

4. Informasi yang disajikan website Hotel 88 relevan dengan apa yang saya butuhkan. *

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Ragu-ragu
- Setuju
- Sangat Setuju

5. Informasi yang disediakan website Hotel 88 mudah untuk dipahami. *

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Ragu-ragu
- Setuju
- Sangat Setuju

6. Informasi yang disajikan website Hotel 88 sangat detail pada level yang tepat. *

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Ragu-ragu
- Setuju
- Sangat Setuju

7. Informasi yang disajikan website Hotel 88 dalam format yang sesuai. *

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Ragu-ragu
- Setuju
- Sangat Setuju

[← Kembali](#)

[Lanjutkan →](#)

60% selesai

Gambar 3.5 Kuesioner Google Form (Online) Halaman 2



WEBSITE SURVEY HOTEL 88 (www.hotel88.co.id)

* Wajib

C. Kualitas Interaksi (Interaction Quality) (X3)

1. Website Hotel 88 memiliki reputasi yang bagus. *

Sangat Tidak Setuju
 Tidak Setuju
 Ragu-ragu
 Setuju
 Sangat Setuju

2. Saya merasa aman jika melakukan transaksi/interaksi melalui website Hotel 88. *

Sangat Tidak Setuju
 Tidak Setuju
 Ragu-ragu
 Setuju
 Sangat Setuju

3. Website Hotel 88 sangat menjaga informasi pribadi saya. *

Sangat Tidak Setuju
 Tidak Setuju
 Ragu-ragu
 Setuju
 Sangat Setuju

4. Website Hotel 88 memberikan ruang untuk personalisasi. *

Sangat Tidak Setuju
 Tidak Setuju
 Ragu-ragu
 Setuju
 Sangat Setuju

5. Website Hotel 88 memberikan ruang untuk komunitas. *

Sangat Tidak Setuju
 Tidak Setuju
 Ragu-ragu
 Setuju
 Sangat Setuju

6. Website Hotel 88 memberikan kemudahan pada saya untuk berkomunikasi dengan organisasi. *

Sangat Tidak Setuju
 Tidak Setuju
 Ragu-ragu
 Setuju
 Sangat Setuju

7. Saya merasa yakin bahwa semua informasi dan layanan dalam website Hotel 88 berjalan dengan baik dan optimal sesuai dengan yang dijanjikan. *

Sangat Tidak Setuju
 Tidak Setuju
 Ragu-ragu
 Setuju
 Sangat Setuju

80% selesai

Gambar 3.6 Kuesioner Google Form (Online) Halaman 3



WEBSITE SURVEY HOTEL 88 (www.hotel88.co.id)

* Wajib

D. Kepuasan Pengguna (Y)

1. Saya senang berlama-lama membuka website Hotel 88 *

Sangat Tidak Setuju
 Tidak Setuju
 Ragu-ragu
 Setuju
 Sangat Setuju

2. Saya akan mengunjungi website Hotel 88 kembali *

Sangat Tidak Setuju
 Tidak Setuju
 Ragu-ragu
 Setuju
 Sangat Setuju

3. Saya akan selalu melakukan pemesanan kamar melalui website Hotel 88 *

Sangat Tidak Setuju
 Tidak Setuju
 Ragu-ragu
 Setuju
 Sangat Setuju

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

100%: Anda berhasil.

Gambar 3.7 Kuesioner Google Form (Online) Halaman 4

D. Penyebaran Kuesioner

Cara penyebaran kuesioner dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua yaitu :

1. Penyebaran kuesioner untuk *hardcopy* dilakukan dengan cara memberikan langsung atau melalui telepon kepada tamu hotel yang memesan melalui *website* Hotel 88. Jumlah kuesioner *hardcopy* yang disebar sebanyak lebih dari 70 tapi yang diambil sebanyak 70 kuesioner.
2. Penyebaran kuesioner *google form* melalui email tamu yang pernah menggunakan *website* Hotel 88 untuk *booking*. Penyebaran *google form* ini dibantu oleh admin melalui *website*. Jumlah responden yang diambil dari *google form* ini sebanyak 30 kuesioner.

Jadi total kuesioner yang diambil dari penyebaran secara langsung maupun melalui *google form* sebanyak 100 kuesioner. Selanjutnya kuesioner ini akan diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulan.

3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Definisi operasional variabel penelitian yang telah ditentukan akan digunakan sebagai pedoman dalam penyusunan pertanyaan kuesioner yang akan dijawab oleh responden. Variabel-variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah: Kualitas Penggunaan (*Usability Quality*), Kualitas Informasi (*Information Quality*), Kualitas Interaksi (*Interaction Quality*), dan Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*).

3.3.1 Definisi Operasional Variabel

Operasionalisasi variabel adalah proses penguraian variabel penelitian kedalam sub variabel, dimensi, indikator sub variabel, dan pengukuran (Narimawati, 2007). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang berperan sebagai obyek penelitian, yaitu :

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*) : Kualitas Penggunaan (X1), Kualitas Informasi (X2), dan Kualitas Interaksi (X3).

Narimawati (2007) mengemukakan bahwa variabel bebas merupakan variabel stimulus atau variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel bebas merupakan variabel yang pengaruhnya diukur, dimanipulasi, atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungannya dengan suatu gejala yang di observasi dalam kaitannya dengan variabel lain. Dalam penelitian ini, variabel bebas yang diteliti adalah berdasarkan metode *WebQual* yang disusun oleh Barnes dan Vidgen (2003) yaitu: kualitas pengguna, kualitas informasi, dan kualitas interaksi.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*) : Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel terikat merupakan variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain (*independent variable*). Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan. Variabel operasional dalam penelitian ini secara lebih jelas bisa dilihat di tabel 3.1 berikut.

Tabel 3.1 Variabel Operasional

Variabel	Indikator
Kuaitas Penggunaan (usability)(X1)	1. Kemudahan untuk dipelajari (X11) 2. Kemudahan untuk dimengerti (X12) 3. Kemudahan untuk ditelusuri (X13) 4. Kemudahan untuk digunakan (X14) 5. Daya tarik tampilan (X15) 6. Kesesuaian desain (X16) 7. Kompetensi (X17) 8. Kemampuan member pengaruh positif (X18)
Kualitas Informasi (Information Quality)(X2)	1. Keakuratan informasi (X21) 2. Reliabilitas informasi (X22) 3. Ketepatan informasi (X23) 4. Relevansi informasi (X24) 5. Kemudahan informasi untuk dipahami (X25) 6. Detail informasi (X26) 7. Kesesuaian format (X27)
Kualitas Interaksi (Interaction Quality)(X3)	1. Reputasi yang bagus (X31) 2. Keamanan bertransaksi (X32) 3. Kepercayaan menjaga informasi (X33) 4. Ketersediaan ruang personalisasi (X34) 5. Ketersediaan ruang untuk komunitas (X35) 6. Kemudahan berkomunikasi (X36) 7. Keyakinan terhadap layanan <i>website</i> (X37)
Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction)(Y)	1. Rasa suka dengan <i>website</i> (Y1) 2. Kesenangan terhadap layanan <i>website</i> (Y2) 3. Kesenangan bertransaksi (Y3)

(Sumber : Barnes dan Vidgen, 2003)

3.3.2 Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* merupakan teknik pelaksanaan untuk mengukur sikap, pendapat, atau persepsi seseorang tentang dirinya atau kelompoknya atau sekelompok orang, yang berhubungan dengan suatu hal (Silalahi, 2009). Skala ini berisi sejumlah pernyataan dengan kategori respon.

Langkah pertama, menentukan beberapa alternatif kategori respons atau satu seri item respons yang mengekspresikan luas jangkauan sikap dari ekstrem

positif ke ekstrem negatif untuk direspon oleh responden. Untuk langkah-langkah pengukurannya adalah sebagai berikut :

- Responden diminta untuk menjawab pertanyaan–pertanyaan umum seperti jenis kelamin, usia, dan pekerjaan, dengan tujuan pendeskripsian karakteristik responden.
- Responden diminta untuk memberi penilaian dengan menjawab pertanyaan tertutup yang diajukan peneliti atas dasar persepsi masing-masing responden. Jawaban terdiri dari lima pilihan, yakni: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-ragu (R), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).
- Pemberian nilai (*scoring*). Untuk jawaban Sangat Setuju (SS) diberikan nilai 5, dan seterusnya menurun sampai pada jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) yang diberikan nilai 1.

Tabel 3.2 Bobot Nilai Jawaban Responden

Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

3.4 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan terhadap pengguna layanan *website* www.hotel88.co.id. Penelitian ini dilakukan dalam rentang waktu tiga minggu, yaitu 26 Desember 2015 sampai dengan 14 Januari 2016.

3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Sugiyono (2007) mengemukakan bahwa populasi adalah seluruh data yang menjadi perhatian kita dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang kita tentukan. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Hotel 88 yang pernah ataupun akan menginap dan menggunakan *website* Hotel 88.

Menurut Ferdinand (2006), sampel adalah subset dari populasi, yang terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus, tidak mungkin diteliti secara keseluruhan anggota populasi. Oleh karena itu, dibentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel. Bila populasi besar, peneliti tidak mungkin meneliti semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *probability sampling*. Menurut Sugiyono (2010), *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Kemudian digunakan teknik *Simple Random Sampling*, yaitu pengambilan sampel anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2010). Dalam penelitian ini, mengambil sampel sebanyak 100 responden. Jumlah tersebut ditetapkan dengan maksud untuk mengantisipasi kuesioner yang tidak terisi lengkap oleh responden.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dua cara, yaitu (1) riset kepustakaan dan (2) riset lapangan. Riset kepustakaan digunakan untuk mengumpulkan data penelitian terdahulu, teori-teori yang mendukung penelitian, serta data pendukung lainnya. Sedangkan riset lapangan digunakan untuk mengumpulkan data dari responden. Pengumpulan data di lapangan dilakukan dengan survei menggunakan kuesioner. Kuesioner dibagikan kepada pengunjung Hotel 88 yang pernah, sedang, ataupun akan menginap dan menggunakan *website* Hotel 88. Beberapa penelitian sebelumnya yaitu Puspitasari, dkk (2011) dan Purba (2014) juga menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Setelah responden mengisi kuesioner tersebut, maka kuesioner dikumpulkan kembali dan siap untuk diolah.

3.7 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua macam yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber datanya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya (Sugiyono, 2007). Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner yang dibagikan.
2. Data Sekunder merupakan data yang diperoleh tidak langsung (Sugiyono, 2007). Data tersebut diperoleh penulis dari jurnal, internet, dan buku-buku literatur yang memberikan informasi tentang pengaruh kualitas *website* terhadap kepuasan pengguna.

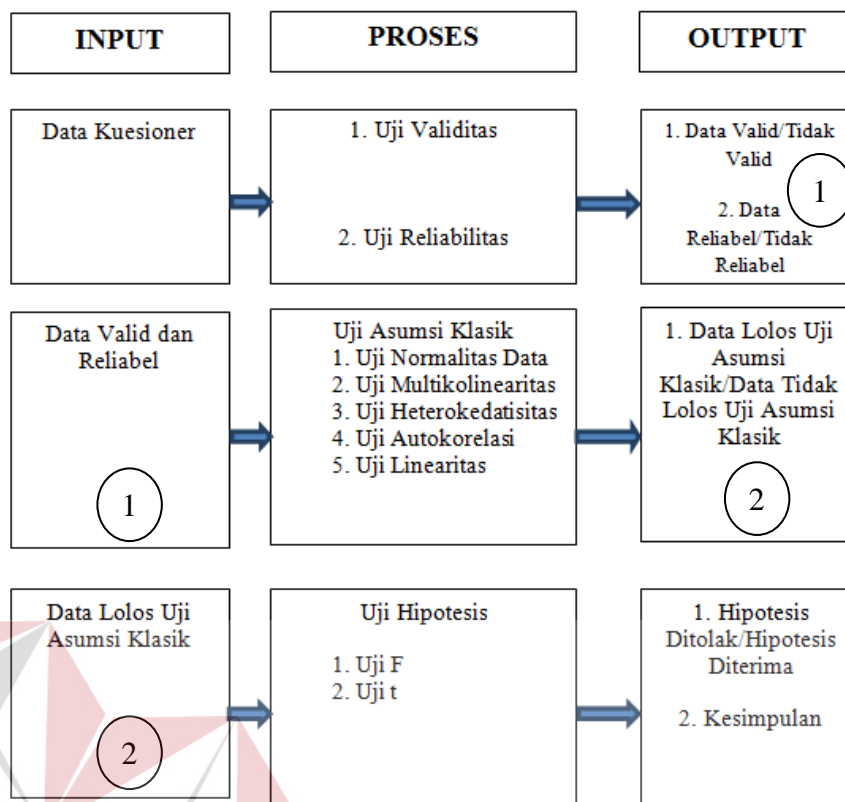
3.8 Analisis Data

3.8.1 Tabulasi Data

Kuesioner yang telah diisi dan dikembalikan oleh responden akan diteliti dan diseleksi kelengkapannya. Hanya kuesioner yang terisi lengkap yang digunakan pada tahap *coding* dan *scoring*. Data yang lolos seleksi diberi kode dan skor sesuai dengan variabel dan klasifikasi variabel, kemudian dilakukan tabulasi data menggunakan perangkat lunak Microsoft Excel 2010.

3.8.2 Tahapan Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Untuk membuktikan apakah item-item dalam setiap variabel benar-benar mampu mengungkapkan faktor atau indikator yang diteliti, maka sebelum maju ke tahap analisis regresi, perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu. Selanjutnya dilakukan proses uji normalitas data dan asumsi klasik sebagai syarat terlaksananya analisis regresi linear berganda.



Gambar 3.8 Diagram IPO

3.8.3 Keterangan

A. Kuesioner

Pada tahapan ini, kuesioner yang dibuat akan disebarakan kepada pengguna *website* Hotel 88 yang pernah, sedang, maupun akan menginap di Hotel 88. Pertanyaan yang diajukan dalam tahapan kuesioner akan dibagi menjadi 4 jenis pertanyaan yang berasal dari *WebQual*, yaitu kualitas pengguna, kualitas informasi, kualitas interaksi, dan kepuasan pengguna. Dalam setiap pertanyaan akan diberikan nilai 1-5 (sangat tidak setuju, tidak setuju, ragu-ragu, setuju, sangat setuju). Pembagian kuesioner dilakukan dengan menggunakan *google form* dan *Questionnaire hard copy*. *Google form* merupakan alat yang berguna untuk membantu pengiriman *survey* dan memberikan pertanyaan kepada tamu ataupun calon tamu secara *online*. *Form* tersebut juga dapat dihubungkan ke *spreadsheet*.

Secara otomatis, tanggapan akan dikirimkan ke *spreadsheet*. Jika tidak, pengguna dapat melihat pada “Ringkasan Tanggapan”, yang bisa diakses dari menu “Tanggapan”. Melalui aplikasi *google form*, kuesioner dapat langsung dibagikan kepada tamu Hotel 88 yang melakukan reservasi kamar pada www.hotel88.co.id. Selanjutnya tanggapan responden yang terkirim ke *spreadsheet* akan menjadi data primer untuk proses *coding* sebelum dilakukan olah data. Dalam penelitian ini, mengambil sampel sebanyak 100 responden. Jumlah tersebut ditetapkan dengan maksud untuk mengantisipasi kuesioner yang tidak terisi lengkap oleh responden.

B. Uji Validitas dan Reabilitas

B. 1 Uji Validitas

Kedudukan data dalam penelitian sangatlah penting, karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai alat pembuktian hipotesis. Benar atau tidaknya data, sangat menentukan hasil penelitian bermutu atau tidak dan sedang benar tidaknya data tergantung dari baik atau tidak instrumen pengumpulan data.

Pengujian instrumen pada umumnya terdiri dari uji validitas dan reliabilitas. Sehubungan dengan hal tersebut, maka data yang terkumpul terlebih dahulu perlu dilakukan uji validitas atas setiap butir/item pertanyaan untuk membuktikan apakah item–item tersebut benar–benar mampu mengungkapkan faktor atau indikator yang diteliti. Menurut Sugiyono (2010), hasil penelitian yang valid adalah apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Masih berdasarkan pendapat

Sugiyono (2010), validitas merupakan tingkat keandalan dari alat ukur yang digunakan. Instrumen dikatakan valid menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dengan demikian, instrumen yang valid merupakan instrumen yang benar-benar tepat untuk mengukur apa yang hendak diukur. Validitas dapat didefinisikan sebagai karakteristik dari ukuran, terkait dengan tingkat pengukuran sebuah kuesioner dalam mengukur secara benar apa yang diinginkan peneliti untuk dianalisis. Menurut Barker dkk (2002), apabila nilai koefisien korelasi butir item pernyataan yang diuji lebih besar dari 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan tersebut merupakan konstruksi (construct) yang valid.

Dasar analisis yang digunakan yaitu jika nilai r -hitung $>$ r -tabel dan nilai r positif, maka butir atau item pertanyaan tersebut adalah valid (Ghozali, 2002). Dalam menentukan signifikan atau tidak signifikan dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel *degree of freedom* = $n-k$, dan daerah sisi pengujian dengan α 0,05. Jika r hitung tiap butir pertanyaan bernilai positif dan lebih besar terhadap r tabel (*berdasarkan corrected item-total correlation*) maka butir pertanyaan tersebut dikatakan *valid*.

B.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2010), instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam penelitian ini adalah kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama, akan menghasilkan data yang

konsisten. Dengan kata lain, reliabilitas instrumen mencirikan tingkat konsistensi. Uji reliabilitas kuesioner dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui konsistensi derajat ketergantungan dan stabilitas dari alat ukur. Menurut Arikunto (2003), tinggi atau rendah, kuat atau lemah korelasi dapat ditentukan berdasarkan pada besar kecilnya nilai r (koefisien korelasi) yaitu :

Tabel 3.3 Kategori Nilai Korelasi

No	Nilai Koefisien Korelasi	Kriteria Reliabilitas
1	$0,81 < r \leq 1,00$	Sangat Tinggi
2	$0,61 < r \leq 0,80$	Tinggi
3	$0,41 < r \leq 0,60$	Cukup
4	$0,21 < r \leq 0,40$	Rendah
5	$0,00 < r \leq 0,21$	Sangat Rendah

(Sumber : Arikunto, 2003)

Sedangkan menurut Barker dkk. (2002), uji keandalan bertujuan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individual, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda. Item dikatakan reliabel jika nilai koefisien reliabilitas bernilai positif dan lebih besar daripada 0,6.

C. Uji Asumsi Klasik

C.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil dalam penelitian berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang datanya berdistribusi normal atau mendekati

normal. Jika data tidak berada disekitar wilayah garis diagonal dan tidak mengikuti garis diagonal atau tidak mengikuti pola sebaran distribusi normal maka akan diperoleh taksiran yang bias. Metode klasik dalam pengujian normalitas suatu data tidak begitu rumit. Berdasarkan data yang banyaknya lebih dari 30 angka ($n > 30$), maka sudah dapat diasumsikan berdistribusi normal. Biasa dikatakan sebagai sampel besar.

C.2 Multikolinearitas

Menurut Sugiyono (2007) multikolinearitas pada dasarnya merupakan fenomena (regresi) sampel. Ketika mengendalikan fungsi regresi populasi atau teoritis, semua model mempunyai pengaruh terpisah atau independen atas variabel tak bebas Y. Tetapi mungkin terjadi dalam suatu sampel tertentu yang manapun yang digunakan untuk menguji beberapa atau semua variabel X sangat kolinier sehingga tidak bisa mengisolasi pengaruhnya terhadap variabel Y. Secara ringkas sampel yang digunakan tidak cukup kaya untuk mengakomodasikan semua variabel X dalam analisis. Untuk mendeteksi adanya *multikolinieritas* digunakan persamaan 9.

$$F = \frac{R_{x_1 x_2 x_3 \dots x_k}^2 / (k-2)}{(1 - R_{x_1 x_2 x_3 \dots x_k}^2) / (N - k + 1)} \dots \dots \dots (9)$$

Sedangkan menurut Santoso (2010), untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah apabila : 1. Mempunyai angka *tolerance* diatas ($>$) 0,1; 2. Mempunyai nilai VIF di bawah ($<$) 10, maka tidak mempunyai multikolinieritas.

C.3 Heterokedastisitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut Homokedastisitas dan jika berbeda maka disebut Heterokedastisitas. Model yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Pendeteksiannya dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED (*Z predictor*) dengan residualnya SRESID (*standardized residual*). Deteksi terjadinya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat penyebaran titik-titik pada sumbu Y. Jika data tersebut baik di atas maupun di bawah sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastisitas (Ghozali, 2006).

C.4 Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan dimana terjadinya korelasi dari residual untuk pengamatan satu dengan pengamatan yang lain yang disusun menurut runtun waktu. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah Autokorelasi. Untuk mendeteksi ada tidaknya Autokorelasi dengan menggunakan uji Durbin-Watson (DW test). Uji Durbin-Watson yaitu dengan membandingkan nilai Durbin-Watson dari hasil regresi dengan nilai Durbin-Watson tabel.

$dU < DW < 4-dU$ maka H_0 diterima (tidak terjadi Autokorelasi)

$DW < dL$ atau $DW > 4-dL$ maka H_0 ditolak (terjadi Autokorelasi)

$dL < DW < dU$ atau $4-dU < DW < 4-dL$ maka tidak ada keputusan yang pasti.

C.5 Uji Linieritas

Linearitas merupakan bentuk hubungan antara variabel independen dan variabel dependen adalah linear. Untuk mengetahui apakah variabel independen dan variabel dependen menunjukkan hubungan yang linear atau tidak bisa dilakukan dengan cara membandingkan nilai signifikansi Linearity dengan signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,05.

Bila $\text{sig. linearity} < 0,05$ maka H_0 diterima, yang berarti regresi linear.

Bila $\text{sig. linearity} \geq 0,05$ maka H_1 ditolak, yang berarti regresi tidak linear.

D. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Tjiptono dan Chandra (2005) metode regresi (dan korelasi) merupakan metode paling populer dan banyak digunakan dalam praktik peramalan bisnis. Analisis regresi merupakan metode statistik yang digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik dan kekuatan asosiasi atau hubungan antara dua atau lebih variabel, yaitu satu atau lebih variabel bebas (*independent variables*) dan satu variabel terikat/tergantung (*dependent variables*).

Analisis regresi linear yang digunakan adalah regresi linear berganda karena untuk mengetahui pengaruh tiga variabel independen secara serentak dan secara parsial terhadap variabel dependen.

Model persamaan regresi linear berganda pada persamaan 10.

$$y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 \dots \dots \dots (10)$$

dimana:

y = variabel dependen

a = konstanta

b_1, b_2, b_3 = koefisien regresi

x_1, x_2, x_3 = variabel independen

Pengujian yang dilakukan pada analisis regresi linear berganda yaitu uji F dan uji

t. Langkah analisis regresi dan prosedur pengujiannya sebagai berikut:

a. Uji Koefisien Regresi Linier Secara Bersama (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak. Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasikan), Langkah-langkah atau urutan menguji hipotesa dengan distribusi f adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan Hipotesis

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$, berarti secara bersama-sama tidak ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

H_a : apabila minimal terdapat satu $\beta \neq 0$ maka terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$ (signifikansi 5% atau 0,05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian).

2. Menentukan F hitung

- Menentukan F tabel

Setelah menentukan taraf nyata atau derajat keyakinan yang digunakan, maka bisa menentukan nilai t tabel. Dengan derajat bebas (df) dalam distribusi F ada dua, yaitu:

$$\text{df numerator} = \text{dfn} = \text{df}_1 = k - 1$$

$$\text{df denominator} = \text{dfd} = \text{df}_2 = n - k$$

Keterangan:

df = degree of freedom/ derajat kebebasan

n = Jumlah sampel

k = banyaknya koefisien regresi

- Kriteria pengujian

Ho diterima bila F hitung < F tabel

Ho ditolak bila F hitung > F tabel

- Membandingkan F hitung dengan F tabel

- Kesimpulan

Keputusan bisa menerima Ho atau menolak Ho. Nilai F tabel yang diperoleh dibanding dengan nilai F hitung. Apabila F hitung lebih besar dari F tabel, maka Ho ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan secara simultan dari variabel-variabel independen terhadap variabel dependen.

b. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Tujuan dari uji t adalah untuk menguji koefisien regresi

secara individual. Langkah-langkah atau urutan menguji hipotesa dengan distribusi t adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis

$H_0 : \beta_i = 0$, artinya variabel bebas bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat. $H_a : \beta_i \neq 0$, artinya variabel bebas merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat.

- Hipotesa nol = H_0

H_0 adalah suatu pernyataan mengenai nilai parameter populasi. H_0 merupakan hipotesis statistik yang akan diuji hipotesis nihil.

- Hipotesa alternatif = H_a

H_a adalah suatu pernyataan yang diterima jika data sampel memberikan cukup bukti bahwa hipotesa nol adalah salah.

2. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$ (signifikansi 5% atau 0,05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian).

3. Menentukan T hitung

4. Menentukan T tabel

Setelah menentukan taraf nyata atau derajat keyakinan yang digunakan sebesar $\alpha = 1\%$ atau 5% atau 10% , maka bisa menentukan nilai t tabel pada persamaan

11.

$$df = n - k \dots \dots \dots (11)$$

Keterangan:

df : *Degree of freedom* atau derajat kebebasan

n : Jumlah sampel

k : Banyaknya koefisien regresi + konstanta

5. Kriteria Pengujian

- i. H_0 diterima jika $-T_{\text{tabel}} < T_{\text{hitung}} < T_{\text{tabel}}$
- ii. H_0 ditolak jika $-T_{\text{hitung}} < -T_{\text{tabel}}$ atau $T_{\text{hitung}} > T_{\text{tabel}}$

6. Membandingkan T_{hitung} dengan T_{tabel} .

7. Kesimpulan.

Keputusan bisa menerima H_0 atau menolak H_0 . Nilai t_{tabel} yang diperoleh dibandingkan dengan nilai t_{hitung} . Bila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , maka H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa *independent variable* berpengaruh pada *dependent variable*.

