

BAB III

OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkatkepuasan pengunjung Museum Konperensi Asia Afrika. Adapun yang menjadi objek penelitian sebagaivariabel bebas (*independent variable*) adalah *service quality* dengan konsep *HISTOQUAL*. Variabel bebasyaitu *HISTOQUAL* meliputi *Responsiveness* (sikap tanggap), *Tangible* (fasilitas fisik), *Communication* (komunikasi), *Consumable* (pemakaian), dan *Empathy* (kemudahan).Sedangkan variabel terikat yaitu kepuasan yang terdiri dari ekspektasi / harapan dengan kenyataan.Pada penelitian ini, objek yang dijadikan responden adalah pengunjungatau wisatawan domestik.

Unit analisis dari penelitian ini adalah pengunjung Museum Konperensi Asia Afrika. Penelitian ini menggunakan metode pengembangan *cross sectional* karena informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis dan Metode Penelitian

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti maka jenis penelitian ini adalah penelitian *deskriptif* dan *verifikatif*. Menurut Sugiyono (2012:53) penelitian deskriptif adalah “Penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabelmandiri baik satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri tanpa membuat perbandingan dan atau mencari hubungan variabel satu sama lain)”.

Menurut Sugiyono (2012:54), “Penelitian verifikatif adalah penelitian yang membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda, atau pada waktu yang berbeda”. Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data dilapangan, maka metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *explanatory survey*. Menurut Mark Saunders. *et al* . (2009:591) mengungkapkan bahwa *explanatory survey* adalah “*Research that*

focuses on studying a situation or problem in order to explain the relationship between variables”

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Berdasarkan objek penelitian di atas yang menjadi variabel bebas adalah pelaksanaan kualitas pelayanan menggunakan konsep *HISTOQUAL* yang terdiri dari lima sub variabel yaitu *responsiveness*, *tangibles*, *communication*, *consumables*, dan *empathy*. Sedangkan yang merupakan variabel terikat yaitu adalah kepuasan yang terdiri dari ekspektasi / harapan dengan kenyataan.

Variabel kepuasan tersebut digunakan untuk mengukur dan menganalisis tingginya pengaruh pelaksanaan kualitas pelayanan Museum Konperensi Asia Afrika. Dari variabel-variabel tersebut dapat dioperasionalkan dalam Tabel 3.1 berikut ini:

TABEL 3.1
OPERASIONAL VARIABEL

| Variabel/ SubVariabel | Konsep | Indikator | Ukuran | Skala | No.Item |
|----------------------------|---|---|--|---------|---------|
| <i>Service Quality (X)</i> | Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan Tjiptono (2006:59) | | | | |
| <i>Responsiveness (X1)</i> | Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) merupakan kecepatan tanggapan para staf untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Tjiptono (2006:70) | Karyawan membantu pengunjung | Tingkat kesediaan pemandu membantu pengunjung | Ordinal | III A.1 |
| | | Karyawan meluangkan waktu dengan pengunjung | Tingkat kesediaan pemandu meluangkan waktu dengan pengunjung | Ordinal | III A.2 |
| | | Kenyamanan pengunjung | Tingkat kemampuan pemandu membuat pengunjung merasa nyaman | Ordinal | III A.3 |
| | | Ketersediaan karyawan | Tingkat ketersediaan pemandu ketika dibutuhkan | Ordinal | III A.4 |
| <i>Tangibles (X2)</i> | Bukti fisik (<i>tangible</i>) merupakan hal | Penempatan barang | Tingkat keteraturan penempatan display pameran | Ordinal | III B.1 |

| Variabel/ SubVariabel | Konsep | Indikator | Ukuran | Skala | No.Item |
|------------------------------|---|---|--|---------|---------|
| | yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi Tjiptono (2006:70) | Kebersihan | Tingkat kebersihan museum | Ordinal | III B.2 |
| | | | Tingkat kerapian pemandu | Ordinal | III B.3 |
| | | Kemenarikan | Tingkat kemenarikan display pameran di museum | Ordinal | III B.4 |
| | | | Tingkat kemenarikan penampilan pemandu | Ordinal | III B.5 |
| <i>Communication</i> (X3) | Transmisi informasi, gagasan emosi, keterampilan dan sebagainya, dengan menggunakan symbol-simbol, kata-kata, gambar, figure, grafik dan sebagainya (Bernard Berelson dan Gary A Steiner dalam Mulyana, (2005:62) | Kemampuan komunikasi | Tingkat kemampuan komunikasi pemandu museum | Ordinal | III C.1 |
| | | Kejelasan penunjuk arah | Tingkat kejelasan penunjuk arah di dalam museum | Ordinal | III C.2 |
| | | Kejelasan informasi fasilitas | Tingkat kejelasan informasi fasilitas yang ada dalam museum | Ordinal | III C.3 |
| | | Leaflet museum | Tingkat manfaat leaflet museum | Ordinal | III C.4 |
| <i>Consumables</i> (X4) | Barang-barang yang bisa dikonsumsi (termasuk souvenir) di kawasan wisata (Fochot dan Hughes, 2000:162) | Variasi barang di <i>souvenir shop</i> museum | Tingkat variasi barang di <i>souvenir shop</i> museum | Ordinal | III D.1 |
| | | Harga barang di <i>souvenir shop</i> museum | Tingkat keterjangkauan harga barang di <i>souvenir shop</i> museum | Ordinal | III D.2 |
| | | Kemenarikan barang di <i>souvenir shop museum</i> | Tingkat kemenarikan barang di <i>souvenir shop museum</i> | Ordinal | III D.3 |

| Variabel/ SubVariabel | Konsep | Indikator | Ukuran | Skala | No.Item |
|--------------------------|--|-----------------------------|--|---------|---------|
| <i>Empathy (X5)</i> | Empati (<i>Empathy</i>), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan (Tjiptono, 2005:14) | Membantu pengunjung difabel | Tingkat ketersediaan fasilitas museum untuk membantu pengunjung difabel | Ordinal | III E.1 |
| | | | Tingkat perhatian pemandu terhadap kebutuhan pengunjung difabel | Ordinal | III E.2 |
| Kepuasan (Y) | <i>The extent to which a product's perceived performance matches a buyer's expectations. Tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan. Kotler & Armstrong (2012:13)</i> | <i>Expected (Harapan)</i> | Tingkat harapan pengunjung terhadap kesediaan pemandu membantu pengunjung | Ordinal | III A.1 |
| | | | Tingkat harapan pengunjung terhadap kesediaan pemandu meluangkan waktu dengan pengunjung | Ordinal | III A.2 |
| | | | Tingkat harapan pengunjung terhadap kemampuan pemandu membuat pengunjung merasa nyaman | Ordinal | III A.3 |
| | | | Tingkat harapan pengunjung terhadap ketersediaan pemandu ketika dibutuhkan | Ordinal | III A.4 |
| | | | Tingkat harapan pengunjung terhadap keteraturan penempatan display pameran | Ordinal | III B.1 |
| | | | Tingkat harapan pengunjung terhadap kebersihan museum | Ordinal | III B.2 |
| | | | Tingkat harapan pengunjung terhadap kerapian pemandu | Ordinal | III B.3 |

| Variabel/ SubVariabel | Konsep | Indikator | Ukuran | Skala | No.Item |
|--------------------------|--------|-----------------------------------|---|---------|---------|
| | | | Tingkat harapan pengunjung terhadap kemenarikan display pameran museum | Ordinal | III B.4 |
| | | | Tingkat harapan pengunjung terhadap kemenarikan penampilan pemandu | Ordinal | III B.5 |
| | | | Tingkat harapan pengunjung terhadap kemampuan komunikasi pemandu museum | Ordinal | III C.1 |
| | | | Tingkat harapan pengunjung terhadap kejelasan penunjuk arah di museum | Ordinal | III C.2 |
| | | | Tingkat harapan pengunjung terhadap kejelasan leaflet museum | Ordinal | III C.3 |
| | | | Tingkat harapan pengunjung terhadap kejelasan informasi fasilitas yang ada dalam museum | Ordinal | III C.4 |
| | | | Tingkat harapan pengunjung terhadap variasi barang di <i>souvenir shop</i> museum | Ordinal | III D.1 |
| | | | Tingkat harapan pengunjung terhadap keterjangkauan harga barang di <i>souvenir shop</i> museum | Ordinal | III D.2 |
| | | | Tingkat harapan pengunjung terhadap ketersediaan fasilitas museum untuk membantu pengunjung difabel | Ordinal | III E.1 |
| | | | Tingkat harapan pengunjung terhadap perhatian pemandu terhadap kebutuhan pengunjung difabel | Ordinal | III E.2 |
| | | Kenyataan (<i>Perceived</i>) | Tingkat persepsi pengunjung terhadap kesediaan pemandu membantu pengunjung | Ordinal | III A.1 |

| Variabel/ SubVariabel | Konsep | Indikator | Ukuran | Skala | No.Item |
|--------------------------|--------|-----------|---|---------|---------|
| | | | Tingkat persepsi pengunjung terhadap kesediaan pemandu meluangkan waktu dengan pengunjung | Ordinal | III A.2 |
| | | | Tingkat persepsi pengunjung terhadap kemampuan pemandu membuat pengunjung merasa nyaman | Ordinal | III A.3 |
| | | | Tingkat persepsi pengunjung terhadap ketersediaan pemandu ketika dibutuhkan | Ordinal | III A.4 |
| | | | Tingkat persepsi pengunjung terhadap kesesuaian penempatan barang | Ordinal | III B.1 |
| | | | Tingkat persepsi pengunjung terhadap kebersihan museum | Ordinal | III B.2 |
| | | | Tingkat persepsi pengunjung terhadap kebersihan pemandu | Ordinal | III B.3 |
| | | | Tingkat persepsi pengunjung terhadap kerapian pemandu | Ordinal | III B.4 |
| | | | Tingkat persepsi pengunjung terhadap kemenarikan display barang-barang museum | Ordinal | III B.5 |
| | | | Tingkat persepsi pengunjung terhadap kemenarikan penampilan pemandu | Ordinal | III B.6 |
| | | | Tingkat persepsi pengunjung terhadap kemampuan komunikasi pemandu museum | Ordinal | III C.1 |
| | | | Tingkat persepsi pengunjung terhadap kejelasan penunjuk arah di museum | Ordinal | III C.2 |
| | | | Tingkat persepsi pengunjung terhadap kejelasan leaflet museum | Ordinal | III C.3 |

| Variabel/ SubVariabel | Konsep | Indikator | Ukuran | Skala | No.Item |
|--------------------------|--------|-----------|---|---------|---------|
| | | | Tingkat persepsi pengunjung terhadap kejelasan informasi fasilitas yang ada dalam museum | Ordinal | III C.4 |
| | | | Tingkat persepsi pengunjung terhadap variasi barang di toko makanan dan <i>souvenir</i> museum museum | Ordinal | III D.1 |
| | | | Tingkat persepsi pengunjung terhadap keterjangkauan harga barang di museum | Ordinal | III D.2 |
| | | | Tingkat persepsi pengunjung terhadap kesadaran museum membantu pengunjung difabel | Ordinal | III E.1 |
| | | | Tingkat persepsi pengunjung terhadap perhatian pemandu terhadap kebutuhan pengunjung difabel | Ordinal | III E.2 |

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Ulber Silalahi (2009:280) mengungkapkan bahwa, “Data merupakan hasil pengamatan dan pengukuran empiris yang mengungkapkan fakta tentang karakteristik dari suatu gejala tertentu.” Berdasarkan sumbernya, data dalam penelitian dibedakan menjadi dua yaitu data sekunder dan data primer. Ulber silalahi (2009:289-291) memberikan pengertian sebagai berikut

Data primer adalah suatu objek atau dokumen original material mentah dari perilaku yang disebut *first hand information*. Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau dari sumber-sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian dilakukan

Untuk lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini, maka penulis mengumpulkan dan menyajikannya dalam Tabel 3.2 berikut

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

| No. Data | Data | Jenis Data | Sumber Data |
|----------|--|------------|-----------------------------|
| 1 | Kunjungan Wisatawan ke Jawa Barat 2011-2014 | Sekunder | Badan Pusat Statistik, 2015 |
| 2 | Kunjungan Wisatawan ke Kota Bandung 2011-2014 | Sekunder | Disbudpar Jabar, 2015 |
| 3 | Museum Yang Ada di Kota Bandung | Sekunder | Disbudpar Jabar, 2015 |
| 4 | Tanggapan pengunjung terhadap Kualitas Pelayanan Museum Konperensi Asia Afrika | Primer | Pengunjung Museum KAA |
| 5 | Tanggapan pengunjung terhadap kepuasan di Museum Konperensi Asia Afrika | Primer | Pengunjung Museum KAA |

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2015

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik *Sampling*

3.2.4.1 Populasi

Populasi merupakan sekelompok objek yang dapat dijadikan sumber penelitian. Menurut Sugiyono (2004:72), “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”.

Populasi bukan hanya sekedar orang, tetapi juga benda-benda alam yang lainnya. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau objek itu, tetapi meliputi seluruh karakteristik/ sifat yang dimiliki objek atau subjek itu.

Pada langkah awal seseorang peneliti harus menentukan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya yang disebut dengan populasi sasaran, yaitu populasi yang nantinya akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Menurut etika penelitian, kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran yang telah ditentukan.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Museum Konperensi Asia Afrika yang berjumlah 186.425 pada tahun 2014 berdasarkan hasil dari data statistik pengunjung Museum Konperensi Asia Afrika.

3.2.4.2 Sampel

Sugiyono (2003:73) mengemukakan bahwa: “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakter yang dimiliki oleh populasi”. Ada beberapa faktor yang menyebabkan sampel ini digunakan diantaranya adalah keterbatasan tenaga, keterbatasan biaya dan keterbatasan waktu yang tersedia. Atas dasar hal tersebut maka diupayakan setiap subjek memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel yang dapat mewakili populasi (*representatif*). Pengambilan sampel ini dilakukan karena jumlah populasi yang besar sehingga tidak memungkinkan peneliti untuk meneliti seluruh populasi.

Penulis mengambil sampel dimana sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. (Sugiyono, 2003:73) Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian, yaitu sebagian pengunjung Museum Konferensi Asia Afrika pada tahun 2014 sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N= ukuran populasi

e = persentase kelonggaran kelebihan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi atau yang diinginkan (e = 0,1)

$$n = \frac{186.425}{1 + (186.425)(0,1)^2}$$

$$n = 99.94 \approx \text{dibulatkan menjadi } 100 \text{ responden}$$

Berdasarkan penghitungan di atas, maka ukuran sampel minimal dalam penelitian ini ditetapkan dengan $\alpha = 0,1$ maka diperoleh ukuran sampel (n) sebesar 100 responden.

3.2.4.3 Teknik *Sampling*

Dalam menarik anggota sampel dari anggota populasi agar sampel representatif harus diupayakan agar setiap subjek dalam populasi memiliki

peluang yang sama menjadi unsur anggota sampel. Dalam mengumpulkan data dilakukan dengan sampling, menurut Sugiyono (2008:116) menyatakan bahwa teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel.

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel atau sebagian elemen populasi untuk memahami karakteristik dari keseluruhan populasi. Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan *accidental randomnessampling*, dengan pertimbangan bahwa populasinya bervariasi, berbeda-beda karakternya dan bersifat heterogen. Menurut Sutrisno Hadi (1992:46), *Accidental randomnessampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan terhadap responden yang kebetulan ditemui pada obyek penelitian ketika observasi sedang berlangsung.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Wawancara

Menurut Sugiyono (2012, 194) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Penulis memakai teknik pengumpulan data dengan cara wawancara karena penulis melakukan Tanya jawab dengan responden yang berkunjung ke Museum Konperensi Asia Afrika.

2. Kuesioner (Angket)

Kuesioner menurut Sugiyono (2012, 199) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet. Kuesioner ini berupa seperangkat daftar pertanyaan atau pernyataan penulis kepada pengunjung Museum Konperensi Asia Afrika. Kuesioner berisi pertanyaan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden mengenai *service quality* dan kepuasan selama berkunjung ke Museum Konperensi Asia Afrika.

3. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain. Menurut Sugiyono (2012, 203) teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar. Penulis melakukan kegiatan observasi langsung ke Museum Konperensi Asia Afrika.

4. Studi Literatur (Kepustakaan)

Teknik ini dilakukan dengan cara mempelajari buku, majalah, jurnal yang berkaitan dengan variabel penelitian. Penulis mencari berbagai literatur dari para ahli mengenai *service quality* sebagai variabel *independent* dan kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) sebagai variabel *dependent*.

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan dari suatu instrument. Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang harus diukur (Sugiyono, 2008:172). Sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas rendah (Suharsimi Arikunto, 2006:168).

Tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item dari pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Korelasi antar skor item dengan skor totalnya harus signifikan. Berdasarkan ukuran statistik bila ternyata skor semua item yang disusun berdasarkan dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Uji validitas yang dilakukan bertujuan untuk menguji sejauh mana item kuesioner yang valid dan mana yang tidak. Hal ini dilakukan dengan mencari

korelasi setiap item pertanyaan dengan skor total pertanyaan untuk hasil jawaban responden yang mempunyai skala pengukuran ordinal minimal serta pilihan jawaban lebih dari dua pilihan, perhitungan korelasi antara pertanyaan kesatu dengan skor total digunakan alat uji korelasi Pearson (*product moment coefisientof corelation*) dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \sum XY - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{\{N \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

$$\sqrt{\{N \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}$$

(Sumber: Suharsimi Arikunto 2006:274)

Keterangan :

r = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y = Skor total

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadran dalam skor distribusi Y

n = Banyak responden

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika r hitung lebih besar atau sama dengan r tabel ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$).
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika r hitung lebih kecil dari r tabel ($r_{hitung} < r_{tabel}$).

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS for windows.

TABEL 3.3
HASIL UJI VALIDITAS SERVICE QUALITY YANG DIHARAPKAN

| No. | Pertanyaan | r hitung | r tabel | Ket |
|--------------------------|---|----------|---------|--------------|
| A. RESPONSIVENESS | | | | |
| 1. | Tingkat kesediaan karyawan membantu pengunjung | 0,386 | 0,361 | Valid |
| 2. | Tingkat kesediaan karyawan meluangkan waktu dengan pengunjung | 0,375 | 0,361 | Valid |
| 3. | Tingkat kemampuan karyawan membuat pengunjung merasa nyaman | 0,429 | 0,361 | Valid |
| 4. | Tingkat ketersediaan karyawan ketika dibutuhkan | 0,409 | 0,361 | Valid |
| B. TANGIBLES | | | | |
| 1. | Tingkat kesesuaian penempatan display pameran | 0,384 | 0,361 | Valid |
| 2. | Tingkat kebersihan museum | 0,512 | 0,361 | Valid |
| 3. | Tingkat kerapian karyawan | 0,395 | 0,361 | Valid |
| 4. | Tingkat kemenarikan display pameran museum | 0,351 | 0,361 | Valid |
| 5. | Tingkat kemenarikan penampilan karyawan museum | 0,465 | 0,361 | Valid |
| C. COMMUNICATIONS | | | | |
| 1. | Tingkat kemampuan komunikasi karyawan | 0,363 | 0,361 | Valid |
| 2. | Tingkat kejelasan penunjuk arah di dalam museum | 0,418 | 0,361 | Valid |
| 3. | Tingkat kejelasan informasi fasilitas di dalam museum | 0,405 | 0,361 | Valid |
| 4. | Tingkat manfaat leaflet di museum | 0,465 | 0,361 | Valid |
| D. CONSUMABLES | | | | |
| 1. | Tingkat variasi barang di souvenir shop museum | 0,382 | 0,361 | Valid |
| 2. | Tingkat keterjangkauan harga barang di souvenir shop museum | 0,485 | 0,361 | Valid |
| 3. | Tingkat kemenarikan barang di souvenir shop museum | 0,406 | 0,361 | Valid |
| E. EMPATHY | | | | |
| 1. | Tingkat ketersediaan fasilitas museum untuk membantu pengunjung difabel | 0,515 | 0,361 | Valid |
| 2. | Tingkat perhatian karyawan terhadap kebutuhan pengunjung difabel | 0,512 | 0,361 | Valid |

Dari Tabel 3.3 dapat diketahui bahwa setiap butir pertanyaan dimensi service quality yang diharapkan dapat dikatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

TABEL 3.4
HASIL UJI VALIDITAS SERVICE QUALITY YANG DITERIMA

| No. | Pertanyaan | r hitung | r tabel | Ket |
|--------------------------|---|----------|---------|--------------|
| A. RESPONSIVENESS | | | | |
| 1. | Tingkat kesediaan karyawan membantu pengunjung | 0,375 | 0,361 | Valid |
| 2. | Tingkat kesediaan karyawan meluangkan waktu dengan pengunjung | 0,384 | 0,361 | Valid |
| 3. | Tingkat kemampuan karyawan membuat pengunjung merasa nyaman | 0,409 | 0,361 | Valid |
| 4. | Tingkat ketersediaan karyawan ketika dibutuhkan | 0,418 | 0,361 | Valid |
| B. TANGIBLES | | | | |
| 1. | Tingkat keteraturan penempatan display pameran | 0,471 | 0,361 | Valid |
| 2. | Tingkat kebersihan museum | 0,456 | 0,361 | Valid |
| 3. | Tingkat kerapian karyawan | 0,420 | 0,361 | Valid |
| 4. | Tingkat kemenarikan display pameran museum | 0,424 | 0,361 | Valid |
| 5. | Tingkat kemenarikan penampilan karyawan museum | 0,409 | 0,361 | Valid |
| C. COMMUNICATIONS | | | | |
| 1. | Tingkat kemampuan komunikasi karyawan | 0,518 | 0,361 | Valid |
| 2. | Tingkat kejelasan penunjuk arah di dalam museum | 0,418 | 0,361 | Valid |
| 3. | Tingkat kejelasan informasi fasilitas di dalam museum | 0,460 | 0,361 | Valid |
| 4. | Tingkat manfaat leaflet di museum | 0,494 | 0,361 | Valid |
| D. CONSUMABLES | | | | |
| 1. | Tingkat variasi barang di souvenir shop museum | 0,388 | 0,361 | Valid |
| 2. | Tingkat keterjangkauan harga barang di souvenir shop museum | 0,433 | 0,361 | Valid |
| 3. | Tingkat kemenarikan barang di souvenir shop museum | 0,412 | 0,361 | Valid |
| E. EMPATHY | | | | |
| 3. | Tingkat ketersediaan fasilitas museum untuk membantu pengunjung difabel | 0,377 | 0,361 | Valid |

| No. | Pertanyaan | r hitung | r tabel | Ket |
|-----|--|----------|---------|-------|
| 4. | Tingkat perhatian karyawan terhadap kebutuhan pengunjung difabel | 0,746 | 0,361 | Valid |

Sumber: Pengolahan data, 2015

Dari Tabel 3.4 dapat diketahui bahwa setiap butir pertanyaan dimensi service quality yang diharapkan dapat dikatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan alat pengumpulan data yang digunakan. Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dipercaya dan yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.

Menurut Sugiyono (2010:183) ‘Reliabilitas adalah pengukuran yang berkali-kali menghasilkan data yang sama atau konsisten’. Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto (2009:178) reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjuk pada tingkat keterhandalan sesuatu.

Jika suatu instrumen dapat dipercaya maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya. Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Cronbach Alpha* karena alternatif jawaban pada instrumen penelitian lebih dari dua. Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Sumber : Husein Umar, 2009:170

Keterangan :

- r : reliabilitas instrumen
- k : banyaknya butir pertanyaan
- $\sum \sigma_b^2$: jumlah varian total
- σ_t^2 : varian total

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varian tiap butir, kemudian jumlahkan, seperti berikut ini

$$s^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

Sumber : (Husain Umar, 2009:172)

Keterangan :

n = Jumlah responden

s = Nilai variansi

X= Nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor - nomor butir pertanyaan)

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika koefisien internal seluruh item (r_i) $\geq r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 10% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item (r_i) $< r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 10% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

TABEL 3.5
HASIL UJI VALIDITAS SERVICE QUALITY YANG DITERIMA

| No. | Varibel | $C\alpha_{hitung}$ | $C\alpha_{minimal}$ | Kesimpulan |
|-----|-----------------------------|--------------------|---------------------|------------|
| 1. | Service Quality (Expected) | 0,732 | 0,700 | Reliabel |
| 2. | Service Quality (Perceived) | 0,762 | 0,700 | Reliabel |

Sumber: Hasil pengolahan data, 2015

3.2.7 Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Analisis deskriptif digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu menguji signifikansinya.

Analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian yaitu:

1. Analisis deskriptif *service quality* dengan metode *HISTOQUAL* menggunakan lima dimensi yaitu *responsiveness*, *tangibility*, *communication*, *consumables*, dan *empathy*.
2. Analisis deskriptif kepuasan berkunjung terdiri dari dua dimensi yaitu harapan dan kenyataan.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, karena penelitian ini hanya menganalisis dua variabel yaitu *Service Quality*, sebagai variabel bebas (X), dan Kepuasan sebagai variabel terikat (Y).

3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif dan Verifikatif

Analisis deskriptif yaitu analisis data dengan cara menggambarkan data yang terkumpul dari jawaban responden atas item-item dalam kuesioner. Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Menurut Sanusi (2012, hlm. 59) skalalickert adalah skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespon pernyataan berkaitan dengan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur. Dalam hal ini, responden diminta untuk menyatakan setuju atau tidak setuju terhadap setiap pernyataan. Skala likert lazim menggunakan lima titik dengan label netral pada posisi tengah (ketiga). Penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, serta verifikatif antaralain:

1. Analisis data deskriptif dan verifikatif tentang *Service Quality* yang diharapkan dan diterima di Museum Konferensi Asia Afrika yang memiliki dimensi yang terdiri dari *responsiveness, tangibles, communication, consumables* dan *empathy*.
2. Analisis data deskriptif dan verifikatif mengenai kepuasan konsumen

3.2.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda menurut Sanusi (2012, hlm. 135) merupakan perluasan dari regresi linear sederhana yaitu menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas. Regresi linear berganda harus memenuhi asumsi-asumsi yang ditetapkan agar menghasilkan nilai- nilai koefisien sebagai penduga yang tidak bias. Adapun asumsi-asumsi yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Variabel tak bebas dan variabel bebas memiliki hubungan linear atau hubungan berupa garis lurus
2. Variabel tak bebas haruslah bersifat kontinu atau setidaknya berskala interval.
3. Keragaman dari selisih nilai pengamatan dan pendugaan harus sama untuk semua nilai pendugaan Y. jadi, $(Y - Y')$ kira-kira harus sama untuk

semua nilai Y' . apabila kondisi ini tidak terpenuhi maka disebut *heteroskedastisitas* dan residu yang dihitung dari $(Y - Y')$ harus menyebar normal dengan rata-rata nol.

4. Pengamatan-pengamatan variabel tak bebas berikutnya harus tidak berkorelasi. Pelanggaran asumsi ini disebut *autokorelasi* yang biasanya terjadi pada *datatime series* (runtun waktu).
5. Tidak adanya korelasi yang sempurna antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lain. Apabila asumsi ini dilanggar disebut *multikolinearitas*. Pelanggaran asumsi-asumsi tersebut (*heteroskedastisitas*, *autokorelasi*, dan *multikolinearitas*) untuk persamaan regresi linear berganda perlu dideteksi. Adapun cara untuk mendeteksi gejala-gejala tersebut diuraikan sebagai berikut:

a. Uji Asumsi Multikolinieritas.

Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel – variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel – variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Parameter yang sering digunakan untuk mendeteksi multikolinieritas adalah nilai VIF (*variance inflation factor*). Suatu regresi dikatakan terdeteksi multikolinearitas apabila nilai VIF menjauhi 1.

b. Uji Asumsi Heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas apabila diagram pencar residualnya tidak membentuk pola tertentu.

c. Uji autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi.

Prasyarat yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi. Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan uji Durbin-Watson (uji DW).

d. Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Analisis Koefisien Determinasi (R²) digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Maksudnya secara serentak itu misalkan ada beberapa variabel independen (X₁, X₂ dan seterusnya) mempengaruhi variabel dependen (Y). Koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel Model Summary (hasil output olah data) R² (Adjusted R Square). Nilai R² adalah sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sedangkan dan biasanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

3.2.7.3 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (X) yaitu *service quality* yang terdiri dari *responsiveness* (X₁), *tangibles* (X₂), *communication* (X₃), *consumables* (X₄) dan *empathy* (X₅) terhadap variabel dependen (Y) yaitu kepuasan pengunjung Museum KAA.

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H₀ ditolak dan H_a diterima (signifikan)

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H₀ diterima dan H_a ditolak (tidak signifikan)

Secara statistik hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

1. H₀ = 0, tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *service quality* yang mempunyai sub variabel yaitu meliputi *responsiveness, tangibles, communication, consumables* dan *empathy* di Museum Konferensi Asia Afrika terhadap kepuasan pengunjung.
2. H₀ ≠ 0, terdapat pengaruh yang signifikan antara *service quality* yang mempunyai sub variabel yaitu meliputi *responsiveness, tangibles, communication, consumables* dan *empathy* di Museum Konferensi Asia Afrika terhadap kepuasan pengunjung.