

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Sekaran (2011) menyatakan bahwa variabel adalah apapun yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai. Nilai bisa berbeda pada berbagai waktu untuk objek atau orang yang sama, atau pada waktu yang sama untuk objek atau orang yang berbeda.

Terdapat 5 jenis variabel berdasarkan hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya, yaitu variabel independen, variabel dependen, variabel moderator, variabel intervening dan variabel kontrol (Sugiyono, 2012). Dalam penelitian ini penulis menggunakan 2 variabel, yaitu:

1. Variabel terikat (dependen) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen. Dalam hal ini variabel dependennya adalah Kepuasan Tamu (Y).

- a. Variabel Kepuasan Tamu (Y)

Kepuasan Tamu adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antar persepsi atau kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler, 2012:128).

Pendapat Kotler tersebut dapat dituangkan menjadi fungsi kepuasan sebagai berikut:

$$(S = f (E, P))$$

Keterangan :

$S = Customer Satisfaction$  (Kepuasan Pelanggan)

$E = Expectation$  (Harapan Pelanggan)

$P = Perception$  (Persepsi Pelanggan)

Dari fungsi tersebut dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Jika  $E > P$ , maka pelanggan akan merasa tidak puas.

Jika  $E = P$ , maka pelanggan akan merasa puas.

Jika  $E < P$ , maka pelanggan akan merasa sangat puas.

2. Variabel bebas (independen) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *service fairness*. Kerangka pemikiran di atas menunjukkan bahwa *Service Fairness* (X) merupakan faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

a. Variabel Service Fairness (X1)

Keadilan pelayanan (*service fairness*) sebagai persepsi pelanggan mengenai tingkat keadilan dalam perilaku perusahaan, Namkung dan Jang (2010) Suatu tindakan dianggap adil hanya karena seseorang merasakan atau mempersepsikannya seperti itu, sehingga keadilan ini merupakan penilaian subyektif dari individu. Dimensi dari *service fairness* tersebut adalah keadilan harga (*price fairness*), keadilan prosedural (*procedural fairness*), keadilan hasil (*outcome fairness*), dan keadilan interaksional (*interactional fairness*)

Tabel berikut ini akan menjelaskan dimensi dan indikator yang digunakan untuk mengukur variabel *service fairness*:

**TABEL 3.1**  
**MENGUKUR PERSEPSI KEADILAN PELAYANAN**

Judul	Jurnal	Tahun	Pengarang	Dimensi	Indikator
<i>Effects of Perceived Service Fairness on Emotions, And Behavioral Intentions in Restaurants</i>	<i>European Journal of Marketing</i> , 44 (9/10): 1233-1259	2010	Namkung Young & Jang S.C.	Keadilan Harga	Biaya Sesuai
					Harga Terjangkau
				Keadilan Prosedural	Dilayani sesuai urutan kedatangan
					Dilayani dengan tepat waktu
					Pelayanan efisien
				Keadilan Hasil	Pelayanan yang lebih baik
					Kualitas pelayanan
				Keadilan Interaksional	Karyawan Ramah
					Memberikan pelayanan yang sama kepada semua pelanggan
					Tidak terjadi bias/ketidakadilan pada saya
Karyawan sopan					

Sumber: berbagai literatur, 2014

Sedangkan subjek dalam penelitian ini adalah hotel Gino Feruci Braga.

Penelitian ini dilakukan pada kurun waktu kurang dari satu tahun, maka metode penelitian yang digunakan adalah *cross sectional method*. Menurut Husein

Umar (2008:45) adalah pendekatan *cross sectional*, yaitu “Metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam satu kurun waktu tertentu/tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang”. Pengumpulan informasi terdiri dari subjek penelitian hanya dilakukan satu kali dalam satu periode waktu, sehingga penelitian ini merupakan *one-shot* atau *cross sectional*. (Maholtra 2009:101).

### **3.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan untuk penelitian ini adalah analisis deskriptif, dan metode verifikatif

Metode penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasi obyek sesuai dengan apa adanya. Penelitian ini juga sering disebut noneksperimen, karena pada penelitian ini tidak melakukan control dan manipulasi variabel penelitian. Dengan metode deskriptif, penelitian memungkinkan untuk melakukan hubungan antar variabel, sedangkan dengan metode verifikatif, menguji hipotesis, mengembangkan generalisasi, dan mengembangkan teori yang memiliki validitas universal.

Dengan metode deskriptif dapat diperoleh deskripsi mengenai gambaran tentang *service fairness* terhadap kepuasan tamu. Sedangkan metode penelitian verifikatif menguji kebenaran suatu hipotesis dengan cara pengumpulan data dari lapangan, dimana dalam metode penelitian verifikatif ini bertujuan untuk

mengetahui pengaruh variabel bebas (*service fairness*) terhadap variabel terkait (kepuasan tamu)

Suharsimi Arikunto (2006;8) mengemukakan bahwa, “Penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran pengumpulan data di lapangan.” Berdasarkan jenis penelitian di atas, yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian yang digunakan adalah explanatory survey. Explanatory survey adalah suatu survei yang digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal antara dua variabel melalui pengujian hipotesis. Menurut Kerlinger yang dikutip oleh Sugiyono (2008:11), yang dimaksud dengan metode survei yaitu: “Metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distributif, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.”

### 3.3 Operasionalisasi Variabel

**TABEL 3.2**  
**TABEL OPERASIONALISASI VARIABEL**

Variabel	Konsep Variabel/Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
<i>Service Fairness</i> (X)	Keadilan pelayanan ( <i>service fairness</i> ) sebagai persepsi pelanggan mengenai tingkat keadilan dalam perilaku perusahaan (Namkung dan Jang, 2010:1239)			
	<i>Price Fairness</i>	Keadilan harga	Tingkat keadilan	Ordinal

	(keadilan harga). Sebagai penghakiman pembeli mengenai perbedaan antara apa yang mereka harapkan dan apa mereka terima (Kahneman et al. dalam Namkung dan Jang, 2010)	kamar yang disewa.	harga kamar yang disewa.	
		Kesesuaian biaya kamar yang dibayar tamu dengan pelayanan yang diberikan pihak hotel.	Tingkat kesesuaian biaya kamar yang dibayar tamu dengan pelayanan yang diberikan pihak hotel.	Ordinal
	<i>Procedural Fairness</i> (Keadilan Prosedural) Ketepatan waktu dan efisiensi sistem pelayanan sebagai bagian dari pengorbanan pelanggan, karena waktu tunggu dan keterlambatan pelayanan dianggap sebagai kerugian. (Namkung dan Jang, 2010)	Kesesuaian layanan penempatan kamar dengan urutan kedatangan tamu.	Tingkat kesesuaian layanan penempatan kamar dengan urutan kedatangan tamu.	Ordinal
		Ketepatan waktu pemberian layanan penempatan kamar yang dilakukan pihak hotel.	Tingkat ketepatan waktu pemberian layanan penempatan kamar yang dilakukan pihak hotel.	Ordinal
		Ketepatan waktu proses pemenuhan layanan yang dipesan tamu.	Tingkat ketepatan waktu proses pemenuhan layanan yang dipesan tamu.	Ordinal
		Ketepatan waktu proses mempersiapkan kamar yang	Tingkat ketepatan waktu proses mempersiapkan	Ordinal

		dipesan tamu.	kamar yang dipesan tamu.	
	<i>Outcome Fairness</i> (Keadilan Hasil) penilaian subyektif pelanggan mengenai rincian nyata dari layanan yang disampaikan. (Gronroos dalam Namkung dan Jang,2010)	Perbandingan kualitas kamar dengan yang tamu harapkan.	Tingkat perbandingan kualitas kamar dengan yang tamu harapkan.	Ordinal
		Perbandingan kualitas pelayanan dengan yang tamu harapkan.	Tingkat perbandingan kualitas pelayanan dengan yang tamu harapkan.	Ordinal
	<i>Interactional Fairness</i> (Keadilan Interaksi) rasa hormat dan minat yang diperlihatkan kepada pelanggan oleh penyedia layanan sehingga pelanggan merasa diperlakukan secara adil selama interaksi konsumsi (Namkung dan Jang,2010)	Keramahan personil hotel.	Tingkat keramahan personil hotel.	Ordinal
Keadilan pelayananan yang dihasilkan oleh pihak hotel terhadap semua tamunya.		Tingkat keadilan pelayananan yang dihasilkan oleh pihak hotel terhadap semua tamunya.	Ordinal	
Keakuratan interaksi yang dilakukan personil hotel dalam menghasilkan pelayanan yang baik.		Tingkat keakuratan interaksi yang dilakukan personil hotel dalam menghasilkan pelayanan yang baik.	Ordinal	
Kepuasan Pelanggan (Y)	<i>Satisfaction is a person's feelings of pleasure or dissapointment that result from</i>	<i>Experience Satisfaction</i>	Tingkat kepuasan selama menggunakan jasa hotel Gino	Ordinal

	<i>comparing a product's perceived performance (or outcome) to expectations, the customers is distatisfied. Kotler dan Keller (2012:128)</i>		Feruci	
		<i>Expectation Satisfaction</i>	Tingkat kesesuaian terhadap pelayanan yang diberikan dengan harapan pelanggan	Ordinal
		<i>Overall Satisfaction</i>	Tingkat perasaan puas atas perhatian dan pelayanan setelah menggunakan jasa hotel Gino Feruci	Ordinal

### 3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampel

Populasi merupakan sekelompok objek yang dapat dijadikan sumber penelitian berbentuk benda-benda, manusia ataupun peristiwa yang terjadi sebagai objek/sasaran penelitian. Sugiono (2002: 57) mendefinisikan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Dari uraian di atas maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh tamu yang menginap di Hotel Gino Feruci Braga.

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Arikunto (2006 :131) mengungkapkan bahwa “dinamakan penelitian sampel apabila kita bermaksud untuk menggeneralisasikan hasil penelitian sampel. Yang dimaksud dengan menggeneralisasikan adalah mengangkat kesimpulan penelitian sebagai suatu yang berlaku bagi populasi”. Dalam penelitian ini untuk menentukan sampel maka digunakan rumus Slovin (Consuelo dkk, 1993:161):

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = jumlah populasi

e = taraf kesalahan sampel yang dapat ditolerir 10%

Rata – rata jumlah tamu yang menginap di Hotel Gino Feruci Braga Bandung adalah 2.655 orang per bulan pada tahun 2013 (sumber: DSR bulanan hotel Gino Feruci Braga tahun 2013 dan diolah peneliti).

$$n = \frac{2655}{1 + 2655(0,10)^2}$$

$n = 99,96 = 100$  (pembulatan ke atas)

Berdasarkan hasil perhitungan di atas maka jumlah sampel (n) yang diteliti yaitu sebanyak 100 responden.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *systematic sampling* yang termasuk kedalam *probability sampling*. Sugiyono (2010:264) menjelaskan bahwa *probability sampling* adalah teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi yang dipilih menjadi anggota sampel. Menurut Ulber Silalahi (2009:264) bahwa pemilihan sampel sistematis adalah teknik pemilihan sampel dari populasi yang dilakukan secara acak hanya untuk sampel yang pertama dari sejumlah sampel, sedangkan untuk unsur-unsur sampel berikutnya dipilih secara sistematis. Rancangan *systematic sampling* efektif digunakan sebagai pemilihan sampel karena populasi memiliki pola beraturan, dan populasi bersifat homogen, dengan pertimbangan sebagai berikut : pernah menginap di hotel Gino Feruci sebanyak dua kali dalam 12 bulan terakhir dan telah memiliki penghasilan sendiri.

### **3.5 Jenis dan Sumber data**

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

#### **1. Data Primer**

Menurut Sugiarto (2002) data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama, baik dari individu maupun perseorangan. Jadi data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, diamati, dan dicatat untuk pertama kalinya melalui wawancara atau hasil pengisian kuesioner. Data primer ini diperoleh dari tamu yang menginap di Hotel Gino Feruci Braga yang menjadi subjek dalam penelitian ini.

#### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain, bukan dari pihak peneliti sendiri untuk tujuan yang lain (Istijanto, 2005:32). Data sekunder diperoleh dari bahan pustaka baik berupa buku, jurnal, dan dokumen lainnya yang ada hubungannya dengan materi kajian tentang *service fairness* dan kepuasan tamu.

### **3.6 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

#### **1. Kuesioner**

Menurut Rangkuti (1997) tujuan kuesioner adalah memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan survei, memperoleh informasi dengan tingkat keandalan dan tingkat keabsahan setinggi mungkin. Jawaban dari pertanyaan-

pertanyaan tersebut dilakukan sendiri oleh responden tanpa bantuan dari pihak peneliti. Pertanyaan yang diajukan pada responden harus jelas dan tidak meragukan responden.

Dengan melakukan penyebaran kuesioner responden untuk mengukur persepsi responden digunakan Skala Likert (Freddy Rangkuti, 1997). Pertanyaan dalam kuesioner terbagi menjadi dua bagian, bagian pertama yaitu pertanyaan identitas responden berisi pertanyaan – pertanyaan mengenai data diri responden. Bagian kedua yaitu pertanyaan variabel yang berisi pertanyaan – pertanyaan seputar variabel, pertanyaan – pertanyaan seputar variabel ini dibuat dan diukur dengan menggunakan skala Likert dengan bobot 1-5 untuk mewakili pendapat dari responden. Bobot nilai untuk skala tersebut adalah: Sangat Setuju: 5 , Setuju : 4, Kurang Setuju : 3, Tidak Setuju : 4, Sangat Tidak Setuju: 1. Kuesioner ditujukan kepada tamu yang menginap di Hotel Gino Feruci Braga.

## 2. Studi Literatur

Studi literature merupakan usaha pengumpulan informasi berupa teori – teori berkaitan dengan masalah variabel yang diteliti yakni, *service fairness* dan kepuasan tamu.

### 3.7 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Dalam suatu penelitian, data merupakan hal yang paling penting, hal tersebut disebabkan karena data merupakan gambaran dari variabel yang diteliti serta berfungsi membentuk hipotesis. Oleh karena itu benar tidaknya data akan

sangat menentukan mutu hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik ini harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliabel. Penelitian ini menggunakan data ordinal. Oleh karena itu, semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasikan menjadi skala interval dengan menggunakan *method of successive interval* (MSI). Pengujian validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan SPSS (*Statistical Product For Service Solution*) 18 for windows.

### **3.7.1 Hasil Pengujian Validitas**

Uji validitas adalah untuk mengetahui tepat tidaknya angket yang tersebar. Hasil penelitian yang valid merupakan hasil penelitian yang terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi objek yang diteliti. Menurut Sugiyono (2008:172) mengutarakan bahwa, "Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Sedangkan Menurut Suharsimi Arikunto (2006:145) bahwa : Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Sebuah instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap data dari variable yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang

terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas tentang validitas yang dimaksud.

Pengujian validitas dapat dilakukan melalui berbagai cara yaitu pengujian validitas konstruksi (*construct validity*), pengujian validitas isi (*content validity*), dan pengujian validitas eksternal (Sugiyono, 2008:176-177). Jenis validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengujian validitas konstruksi (*construct validity*). Suatu instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas rendah.

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

Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung kevalidan dari suatu instrumen adalah rumus Korelasi Product Moment, yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

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

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 skor dalam distribusi X

$\sum Y^2$  = jumlah kuadrat skor dalam distribusi X

n = banyaknya responden

Setelah melakukan analisis faktor dengan cara mengkorelasikan jumlah skor faktor dengan skor total, maka langkah selanjutnya adalah melakukan perbandingan antara  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . berikut ini keputusan pengujian validitas instrumen:

1. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka instrumen dikatakan valid.
2. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka instrumen dikatakan tidak valid.

Pengujian validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 18 for windows. Output yang dihasilkan dari pengolahan SPSS merupakan data  $r_{hitung}$ . untuk mengetahui apakah nilainya signifikan atau tidak, maka dilakukan uji korelasi dengan membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Agar memperoleh nilai yang signifikan, maka  $r_{hitung}$  harus lebih besar dari  $r_{tabel}$  (dilihat dari tabel *r product moment* dengan taraf signifikansi 5% dan derajat kebebasan  $n-2$ , di mana  $n-2$  merupakan jumlah responden). Sedangkan pengujian keberartian koefisien korelasi ( $r$ ) dilakukan dengan taraf signifikansi 5%. Rumus uji t yang digunakan sebagai berikut :

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}; db - n - 2$$

Berdasarkan hasil perhitungan validitas item instrumen dengan bantuan program SPSS 20, menunjukkan bahwa item pernyataan dalam kuesioner valid karena  $r_{hitung}$  lebih besar jika dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  yang bernilai 0,361. Berikut ini tabel hasil uji validitas instrumen penelitian:

**TABEL 3.3**  
**HASIL UJI VALIDITAS INSTRUMEN PENELITIAN**

No.	Instrumen	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
<b>Service Fairness (X)</b>				
<i>Price Fairness</i>				
1.	Hotel ini menyewakan kamar dengan harga yang sewajarnya.	0,525	0,361	<b>Valid</b>
2.	Saya merasa biaya yang saya keluarkan sesuai dengan keseluruhan pelayanan yang diberikan hotel ini.	0,467	0,361	<b>Valid</b>
<i>Procedural Fairness</i>				
3.	Saya merasa mendapatkan pelayanan itu dalam waktu yang tepat.	0,771	0,361	<b>Valid</b>
4.	Saya merasa hotel ini memproses layanan yang saya pesan sesuai waktu yang tepat.	0,516	0,361	<b>Valid</b>
5.	Semua yang saya pesan diberikan dalam waktu yang tepat.	0,596	0,361	<b>Valid</b>
6.	Kamar yang saya pesan dipersiapkan dalam waktu yang tepat	0,660	0,361	<b>Valid</b>
<i>Outcome Fairness</i>				
7.	Secara keseluruhan, kualitas kamar yang diberikan sesuai dengan harapan saya.	0,377	0,361	<b>Valid</b>
8.	Pelayanan yang diberikan pihak hotel sesuai dengan harapan saya.	0,566	0,361	<b>Valid</b>
<i>Interactional Fairness</i>				
9.	Saya merasakan keramahan dari personil hotel selama memberikan pelayanan.	0,771	0,361	<b>Valid</b>
10.	Pelayanan yang diberikan terlihat adil untuk semua tamu hotel yang datang.	0,485	0,361	<b>Valid</b>
11.	Saya merasa bahwa interaksi yang dilakukan oleh personil hotel akurat dalam pelayanannya.	0,781	0,361	<b>Valid</b>
<b>Kepuasan Tamu (Y)</b>				
<i>Experience</i>				
12.	Saya merasa puas ketika karyawan hotel Gino Feruci memberikan pelayanan.	0,376	0,361	<b>Valid</b>
<i>Expectation</i>				

No.	Instrumen	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
13.	Pelayanan yang diberikan pihak hotel sangat sesuai dengan apa yang saya harapkan.	0,432	0,361	<b>Valid</b>
<i>Overall Satisfaction</i>				
14.	Saya merasa puas atas perhatian dan pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel Gino Feruci.	0,466	0,361	<b>Valid</b>

Sumber: Hasil pengolahan data, 2014

Hasil pengolahan data diatas menunjukkan pengujian validitas dari sub variabel *service fairness* dan kepuasan tamu yang dilakukan dengan jumlah responden sebanyak 30 orang. Berdasarkan tabel diatas, item-item pernyataan dalam kuesioner adalah valid, karena  $r_{hitung}$  lebih besar jika dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  yang bernilai 0,361 (Sugiyono, 2013:333). Pengukuran validitas terhadap *price fairness*, nilai tertinggi sebesar 0,525 pada item 1 untuk pernyataan “hotel ini menyewakan kamar dengan harga yang sewajarnya”, sedangkan nilai terendah yaitu pada item 2 untuk pernyataan “saya merasa biaya yang saya keluarkan sesuai dengan keseluruhan pelayanan yang diberikan hotel ini”. Pengukuran validitas terhadap *procedural fairness*, nilai tertinggi sebesar 0,771 pada item 3 untuk pernyataan “saya merasa mendapatkan pelayanan itu dalam waktu yang tepat”, sedangkan nilai terendah yaitu pada item 4 untuk pernyataan “saya merasa hotel ini memproses layanan yang saya pesan sesuai waktu yang tepat”. Pengukuran validitas terhadap *outcome fairness*, nilai tertinggi sebesar 0,566 pada item 8 untuk pernyataan “pelayanan yang diberikan pihak hotel sesuai dengan harapan saya”, sedangkan nilai terendah yaitu pada item 14 untuk pernyataan “secara keseluruhan, kualitas kamar yang diberikan sesuai dengan harapan saya”. Pengukuran validitas terhadap *interactional fairness*, tertinggi sebesar 0,781 pada item 11 untuk pernyataan “saya merasa bahwa interaksi yang dilakukan oleh personil hotel akurat dalam pelayanannya”, sedangkan nilai terendah yaitu pada item 10 untuk pernyataan “pelayanan yang diberikan terlihat adil untuk semua tamu hotel yang datang”.

Pada pengujian validitas untuk variabel kepuasan tamu, nilai tertinggi sebesar 0,466 pada item 14 untuk pernyataan “saya merasa puas atas perhatian dan pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel Gino Feruci”, sedangkan nilai

terendah sebesar 0,591 pada item 11 untuk pernyataan “Saya merasa puas ketika karyawan hotel Gino Feruci memberikan pelayanan”.

### 3.7.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui mengetahui tingkat kestabilan suatu alat ukur. Reliabilitas hasil ukur berhubungan dengan *sampling error* yaitu sejauh mana terjadi inkonsistensi hasil ukur apabila pengukuran dilakukan secara berulang pada kelompok yang berbeda (Wijaya 2012, 115).

Untuk menguji reliabilitas dalam penelitian ini, menggunakan koefisien alfa. Koefisien alfa bisa diukur dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Sekaran (2006) menjelaskan *Cronbach's Alpha* sebagai koefisien keandalan yang menunjukkan seberapa baik *item* dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain. Dalam *Cronbach's Alpha* terdapat pengeliminasian data jika data tersebut dinyatakan tidak lulus uji reliabilitas. Menurut Sekaran (2006), nilai reliabilitas kurang dari 0,6 dinyatakan kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan 0,8 adalah baik. jika *Cronbach's Alpha* mendekati 1, maka hal ini menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan semakin tinggi tingkat kehandalan konsistensinya, dengan kata lain responden akan cenderung memiliki jawaban yang sama walaupun pertanyaan diberikan kepada responden lainnya.

Perhitungan reliabilitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 20. Dasar pengambilan keputusan reliabilitas alat ukur pada penelitian ini adalah sebagai berikut (Wijaya, 2012:118) :

- a. *Cronbach's Alpha* > 0,6 → Data dinyatakan *reliable*
- b. *Cronbach's Alpha* < 0,6 → Data dinyatakan tidak *reliable*

Pengujian reliabilitas pada penelitian ini menggunakan SPSS 20, dengan hasil sebagai berikut:

**TABEL 3.4**  
**HASIL UJI RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN**

No.	Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
1.	<i>Service Fairness</i>	0,881	<b>Reliabel</b>

No.	Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
2.	Kepuasan Tamu	0,607	<b>Reliabel</b>

Sumber: Hasil pengolahan data, 2014

Berdasarkan tabel diatas pengujian reliabilitas antara *service fairness* dan kepuasan tamu terlihat dari nilai *alpha cronbach* yaitu jauh lebih besar daripada 0,6. Ini menunjukkan reliabilitas dari kedua variabel pada penelitian ini tinggi.

### 3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu cara untuk mengukur, mengolah, dan menganalisis data yang telah terkumpul dalam rangka pengujian hipotesis. Tujuan dilakukannya pengolahan data adalah untuk mendapatkan hasil perhitungan guna menjawab rumusan masalah serta untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian.

Untuk memperoleh data yang akurat dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan data deskriptif. Data tersebut didapat dari menyebarkan kuesioner/survei lapangan. Pengolahan data yang telah terkumpul dari hasil kuesioner dapat dikelompokkan kedalam tiga langkah, yaitu persiapan, tabulasi, dan penerapan data pada pendekatan penelitian.

Selain menggunakan data deskriptif, peneliti juga menggunakan data verifikatif. Data tersebut dipergunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik.

Dalam penelitian ini teknik analisis yang digunakan untuk melihat pengaruh *Service Fairness* (X) terhadap Kepuasan Tamu (Y) adalah analisis korelasi dan regresi linier sederhana. Hal tersebut dikarenakan penelitian ini hanya meneliti dua variabel saja.

## 1. Analisis Korelasi

Analisis korelasi dilakukan untuk menguji hipotesis hubungan antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Hubungan yang dimaksud adalah apakah hubungan yang positif ataupun hubungan yang negative. Hubungan X dan Y dapat dikatakan positif apabila kenaikan (penurunan) X pada umumnya diikuti oleh kenaikan (penurunan) Y.

Ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan antara X dan Y disebut koefisien korelasi (r). Nilai koefisien korelasi paling sedikit -1 dan paling besar 1, artinya :

r = 1, hubungan X dan Y sempurna dan positif (mendekati 1, hubungan sangat kuat dan positif)

r = -1, hubungan X dan Y sempurna dan negatif (mendekati -1, hubungan sangat kuat dan negatif)

r = 0, hubungan X dan Y lemah sekali dan tidak ada hubungan

Penentuan koefisien Korelasi (r) dalam penelitian ini menggunakan koefisien korelasi Pearson Product Moment menurut Sugiyono (2012:248), yaitu :

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

(Sugiyono, 2012:248)

Keterangan:

n = Banyaknya item yang diteliti

Y = Nilai variabel X yaitu *Service Fairness*

$X$  = Nilai variabel  $Y$  yaitu Kepuasan Tamu

## 2. Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi sederhana adalah persamaan regresi untuk meneliti hubungan antara satu variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*). Analisis regresi sederhana dalam penelitian ini digunakan untuk melihat hubungan fungsional atau kausal antara variabel *Service fairness* (*dependent variable*) dengan kepuasan tamu (*independent variable*). Persamaan umum regresi linier sederhana adalah:

$$Y' = a + bX$$

(Sugiyono, 2012:270)

Dimana:

$Y'$  = Subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan

$a$  = Harga  $Y$  bila  $X = 0$  (harga konstan)

$b$  = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila  $b (+)$  maka naik, dan bila  $(-)$  maka terjadi penurunan.

$X$  = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

Untuk dapat menemukan persamaan regresi, harga  $a$  dan  $b$  harus terlebih dahulu dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut ini:

$$a = \frac{(\sum Y_i)(\sum X_i^2) - (\sum X_i)(\sum X_i Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

$$b = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

Keterangan:

Y = Sumbu *service fairness*

X = Sumbu kepuasan tamu

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

n = Banyaknya responden

### 3. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya sumbangan sebuah variabel bebas terhadap variasi (naik turunnya) variabel terikat, maka digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

Dan untuk mengetahui kuat lemahnya pengaruh dapat diklasifikasikan sesuai dengan interval koefisien berikut ini:

**Tabel 3.5**

**PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI  
KOEFSIEN KORELASI**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,8 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2013:184)

### **3.9 Rancangan Uji Hipotesis**

Model uji statistik digunakan untuk menentukan apakah  $H_0$  diterima atau ditolak. Uji statistik ini digunakan untuk mengukur *service fairness* terhadap kepuasan tamu.

Pengujian secara individual dengan uji t sebagai berikut:

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ ,  $\rightarrow$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima

Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ ,  $\rightarrow$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

Pada taraf kesalahan 0,05 atau 5% dengan derajat kebebasan  $dk (n-2)$  serta pada uji dua pihak. Secara statistik hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan dapat ditulis sebagai berikut:

$H_0: \rho < 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang positif antara *service fairness* dengan kepuasan tamu.

$H_a: \rho \leq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang positif antara *service fairness* dengan kepuasan tamu.