

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisa mengenai *Hotel Website Quality* dan pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna *website* Crowne Plaza Bandung. Penelitian ini terbagi menjadi dua variabel, yaitu *independent variable* atau variabel bebas dan *dependent variable* atau variabel terikat. Menurut Uma Sekaran dan Bougie (2016:74), *independent variable* atau variabel bebas merupakan salah satu yang mempengaruhi variabel terikat baik secara positif atau negatif sedangkan *dependent variabel* atau variabel terikat merupakan variabel yang menjadi perhatian utama bagi peneliti. *Independent variable* dalam penelitian ini adalah *hotel website quality* (X) yang terdiri atas *hotel website usability*, *hotel website functionality* dan *hotel website security and privacy*. *Dependent variable* dalam penelitian ini kepuasan pengguna *website* (Y) yang terdiri dari *expectation* dan *perceived performance*.

Unit analisis atau responden dari penelitian ini adalah tamu individu yang menginap dan melakukan pemesanan kamar melalui *website* resmi www.bandung.crowneplaza.com. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *cross sectional study*. Uma Sekaran dan Bougie (2016:104) mengemukakan bahwa *cross sectional study* adalah sebuah penelitian dimana data dikumpulkan hanya sekali, mungkin selama beberapa hari atau minggu atau bulan, untuk menjawab pertanyaan penelitian.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan

Menurut Sugiyono (2017:2) Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti maka jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut (Sekaran & Bougie, 2016) penelitian deskriptif adalah jenis penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama untuk mendeskripsikan sesuatu, biasanya karakteristik pasar atau fungsi. Ada dua tujuan dalam penelitian ini, yaitu untuk memperoleh hasil temuan berupa gambaran mengenai strategi *website quality*

yang terdiri atas *hotel website usability*, *hotel website functionality* dan *hotel website security and privacy* serta gambaran dari kepuasan pengguna *website* di Crowne Plaza Bandung. Sementara itu, penelitian verifikatif merupakan penelitian yang membandingkan keberadaan suatu variabel atau lebih pada sampel yang berbeda atau pada waktu yang berbeda. Penelitian ini akan menguji kebenaran hipotesis melalui pengumpulan data dilapangan mengenai pengaruh *hotel website quality* terhadap kepuasan pengguna *website* di Crowne Plaza Bandung.

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* atau metode survey. Metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah dan bukan buatan tetapi penelitian melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuisioner, test, wawancara dan sebagainya.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang diteliti adalah pengaruh *hotel website quality* (X) yang terdiri dari *hotel website usability* (X1), *hotel website functionality* (X2) dan *hotel website security and privacy* (X3) terhadap terhadap kepuasan pengguna *website* yang terdiri dari *expectation* dan *perceived performance*. Operasional variable dapat dilihat pada Tabel 3.1, sebagai berikut:

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel dan Dimensi	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Website Quality (X)	<i>Website Quality</i> adalah keseluruhan keunggulan atau efektivitas <i>website</i> dalam menyampaikan pesan yang ditujukan kepada konsumen (Ali, 2016)				
Hotel Website usability	Wang <i>et al</i> (2015) menyatakan bahwa <i>usability</i> adalah standarisasi sejauh mana suatu produk dapat mencapai tujuan dengan efektifitas, efisiensi, dan kepuasan bagi penggunaanya.	<i>Clear Language</i>	Tingkat kejelasan bahasa yang digunakan didalam <i>website</i> .	Ordinal	1
		<i>Easily understandable information</i>	Tingkat kemudahan dalam memahami informasi-informasi yang tertera didalam <i>website</i> .	Ordinal	2
		<i>User-friendly layout</i>	Tingkat kemudahan / kepraktisan <i>layout</i> (tata letak) <i>website</i> hotel saat digunakan.	Ordinal	3
		<i>Well-organized information</i>	Tingkat penataan informasi-informasi yang terteradalam <i>website</i> hotel.	Ordinal	4
		<i>Graphics matched with texts</i>	Tingkat kesesuaian grafis dengan teks yang tertera di <i>website</i> hotel.	Ordinal	5
		<i>Simple website navigations</i>	Tingkat kemudahan dalam bernavigasi didalam <i>website</i> hotel.	Ordinal	6
Hotel Website Functionality	Menurut Wang <i>et al</i> (2015) Fungsionalitas didefinisikan sebagai tingkat kelengkapan informasi tentang produk maupun jasa dalam <i>website</i> .	<i>Hotel reservation information</i>	Tingkat kelengkapan informasi didalam <i>website</i> hotel mengenai proses pemesanan kamar.	Ordinal	7
		<i>Hotel facilities information</i>	Tingkat kelengkapan informasi didalam <i>website</i> hotel mengenai fasilitas hotel.	Ordinal	8
		<i>Information of promotions or special offers</i>	Tingkat kelengkapan informasi didalam <i>website</i> hotel mengenai promosi dan penawaran special.	Ordinal	9

		<i>Price information of hotel rooms</i>	Tingkat kelengkapan informasi didalam <i>website</i> hotel mengenai harga setiap tipe kamar.	Ordinal	10
		<i>Information of destination where hotel is located</i>	Tingkat kelengkapan informasi didalam <i>website</i> hotel mengenai destinasi wisata yang berlokasi di sekitar hotel.	Ordinal	11
Website Security and Privacy	<i>Website security and privacy</i> , yaitu komitmen perusahaan dalam menjaga dan merahasiakan data para konsumennya, guna menghindari transaksi <i>online</i> yang tidak diperlukan.	<i>Privacy policy relating to customers' personal data</i>	Tingkat kepercayaan terhadap keamanan data pribadi tamu pada <i>website</i> hotel.	Ordinal	12
		<i>Information of secured online payment system</i>	Tingkat kepercayaan tamu terhadap informasi mengenai keamanan sistem pembayaran secara <i>online</i> didalam <i>website</i> hotel.	Ordinal	13
		<i>Information of third-party recognition</i>	Tingkat kepercayaan tamu terhadap informasi keamanan <i>website</i> hotel yang telah diakui oleh pihak ketiga.	Ordinal	14
Kepuasan Pengguna Website (Y)	Kepuasan Pengguna <i>Website</i> , dapat digambarkan sebagai kepuasan pelanggan terhadap atribut atau kualitas <i>website</i> (Lim, Heng, Ng, & Cheah, 2016).				
			Tingkat kepuasan terhadap <i>hotel website usability</i> .	Ordinal	15
			Tingkat kepuasan terhadap <i>hotel website functionality</i> .	Ordinal	16
			Tingkat kepuasan terhadap <i>hotel website security and privacy</i> .	Ordinal	17

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

3.2.3 Sumber dan Cara Penentuan Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Uma Sekaran & Bougie (2016:37) mengungkapkan bahwa data primer merupakan data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti, sedangkan data sekunder adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber-sumber yang sudah ada. Mengenai data dan sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini untuk lebih jelasnya penulis mengumpulkan dan menyajikannya dalam Tabel 3.2 sebagai berikut.

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No. Data	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Perkembangan tingkat hunian kamar berbintang dan non bintang	Sekunder	www.disparbud.jabarprov.go.id
2.	Jumlah hotel berbintang di Bandung	Sekunder	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, 2018
3.	Tingkat Hunian Kamar Crowne Plaza Bandung	Sekunder	<i>Sales & Marketing Department</i> Crowne Plaza Bandung
4.	Jumlah tamu yang melakukan pemesanan kamar melalui website Crowne Plaza Bandung	Sekunder	<i>Sales & Marketing Department</i> Crowne Plaza Bandung
5.	Hal – hal yang berhubungan dengan <i>website quality</i> dan kepuasan pengguna <i>website</i>	Sekunder	Jurnal dan <i>E-book</i>
6.	Tanggapan individu terhadap <i>hotel website quality</i> di Crowne Plaza Bandung.	Primer	Penyebaran kuesioner pada tamu individu yang menginap dan melakukan pemesanan kamar melalui <i>website</i> resmi Crowe Plaza Bandung.
7.	Tanggapan individu terhadap kepuasan pengguna <i>website</i> di Crowne Plaza Bandung.	Primer	Penyebaran kuesioner pada tamu individu yang menginap dan melakukan pemesanan kamar melalui <i>website</i> resmi Crowe Plaza Bandung.

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Kegiatan pengumpulan data dalam penelitian membutuhkan populasi yang tepat agar proses analisa menjadi lebih akurat. Menurut Sugiyono (2017:80), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan, Uma Sekaran (2016:236) mengungkapkan bahwa populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang ingin diteliti oleh seorang peneliti. Berdasarkan pengertian populasi tersebut, maka populasi dalam penelitian ini adalah tamu individu yang melakukan pemesanan kamar hotel melalui *website* Crowne Plaza Bandung. Data mengenai jumlah tamu individu yang melakukan pemesanan kamar dan menginap melalui *website* Crowne Plaza Bandung ada sebanyak 3441 orang.

3.2.4.2 Sampel

Menurut Uma Sekaran (2016:237) Sampel adalah bagian dari populasi. Sampel terdiri dari beberapa anggota yang dipilih dari populasi. Sedangkan menurut Sugiyono (2015:81) Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Sehingga, sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative* (mewakili). Untuk menentukan sampel dari populasi yang telah ditetapkan perlu dilakukan pengukuran yang dapat menghasilkan jumlah. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus sampel Tabachnick dan Fidell (2013:123) yang dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$N \geq 50 + 8m$$

Atau

$$N \geq 104 + m$$

Keterangan: m = jumlah variable

N = jumlah sampel

Berdasarkan perhitungan pada rumus sampel Tabachnick dan Fidell, maka ukuran sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$N \geq 104 + m$$

$$N \geq 104 + 4$$

$$N \geq 108$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka ukuran sampel penelitian ini minimal sebanyak 108 responden. Dalam penelitian ini sampel yang akan digunakan sebanyak 108 responden yaitu tamu individu yang menginap dan melakukan pemesanan kamar melalui *website* Crowne Plaza Bandung.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Uma Sekaran (2016:239) mengungkapkan bahwa *Sampling* adalah proses pemilihan jumlah elemen yang tepat dari populasi, sehingga sampel penelitian dan pemahaman tentang sifat atau karakteristik memungkinkan bagi kita untuk menggeneralisasi sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi. Teknik *sampling* pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua, diantaranya:

1. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017:82). Teknik ini meliputi *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling*, dan *sampling area (cluster sampling)*.
2. *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono 2017 : 84). Teknik ini meliputi *systematic sampling*, *quota sampling*, *incidental sampling*, *purposive sampling*, *sampling jenuh*, *snowball sampling*.

Teknik sampel yang dipakai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah *systematic random sampling* yang merupakan bagian dari *probability sampling*, dimana populasinya diambil secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada pada populasi dan populasi dianggap homogen. Langkah-langkah yang dilakukan dalam melakukan *systematic random sampling* sebagai berikut:

1. Menentukan responden yang akan dijadikan penelitian yaitu tamu yang menginap dan melakukan pemesanan kamar melalui *website* Crowne Plaza Bandung.

2. Menentukan sebuah *check point* pada objek akan diteliti. Dalam hal ini *check pointnya* yaitu Crowne Plaza Bandung (Mosaic Restaurant) dan tamu yang menginap dan melakukan pemesanan kamar melalui *website*.
3. Menentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan sampling.

Penyebaran akan dilakukan selama 30 hari. Menentukan ukuran sampel (n) partisipan yang akan di survei. Berdasarkan jumlah sampel maka dalam satu hari (selama 30 hari) kuesioner yang harus diberikan sebanyak $108:30 = 3$ responden setiap harinya.

3.2.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah bagian yang tidak terpisahkan dari suatu penelitian (Sekaran & Bougie 2013:116). Secara umum, teknik pengumpulan data terbagi menjadi beberapa macam data, yaitu:

1. Kuisisioner (Angket)

Kuesioner berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai profil dan karakteristik responden, pengalaman serta yang berkaitan dengan *hotelwebsite quality* dan kepuasan pengguna *website*.
2. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara meninjau serta melakukan pengamatan langsung terhadap 1 objek penelitian yaitu Crowne Plaza Bandung, khususnya mengenai *hotel website quality* dan kepuasan pengguna *website*.
3. Wawancara

Wawancara merupakan teknik komunikasi langsung dengan cara memberikan pertanyaan secara lisan pada pihak manajemen hotel Crowne Plaza Bandung untuk memperoleh data mengenai profil perusahaan dan penerapan strategi.
4. Studi Kepustakaan

Studi Kepustakaan dilakukan dengan pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang berkaitan dengan masalah variabel yang diteliti yaitu *website quality* dan kepuasan pengguna *website*. Studi kepustakaan dilakukan peneliti dengan membaca

literatur maupun sumber-sumber lainnya yang berkaitan dan relevan dengan masalah yang diteliti. Studi literatur dalam penelitian ini didapat dari berbagai sumber seperti penelitian terdahulu, skripsi, thesis, jurnal, media cetak dan elektronik.

3.2.6. Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Data mempunyai kedudukan penting dalam suatu penelitian karena benar atau tidaknya data merupakan penggambaran dari variable yang diteliti, dan mempunyai fungsi sebagai pembentuk hipotesis. Oleh karena itu benar tidaknya data sangat menentukan mutu hasil penelitian. Benar atau tidaknya data tergantung dari baik atau tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliabel. Uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini diproses dengan menggunakan alat bantu software computer program SPSS (*Statistical Product for Service Solutions*) 23 for window.

3.2.6.1. Hasil Pengujian Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan dari suatu instrumen. Sehingga uji validitas perlu dilakukan untuk mengetahui tepat atau tidaknya kuesioner yang akan disebar. Uma Sekaran & Bougie (2013:225) menyatakan bahwa validitas adalah cara pengujian mengenai seberapa baik instrumen dikembangkan dengan konsep dan langkah-langkah tertentu yang ditujukan untuk mengukur variabel tertentu. Instrumen yang dikatakan valid menunjukkan alat ukur yang digunakan untuk memperoleh data tersebut valid atau dapat digunakan. Uji validitas digunakan untuk menguji sejauh mana item kuesioner yang valid dan mana yang tidak.

Validitas konstruk adalah tipe validitas yang digunakan dalam penelitian ini. Validitas konstruk dapat menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan setiap 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.

Penelitian ini menguji validitas data dengan menggunakan program IBM SPSS Statistic (*Statistical Product for Service Solutions*) 23 for windows. Berikut

adalah Langkah-langkah yang dilakukan untuk menguji validitas dengan menggunakan program *IBM SPSSStatistic (Statistical Product for Service Solutions) 23 for windows*.

1. Distribusi data pada excel *copy* ke SPSS di *dataview*.
2. Klik *variable view* lalu isi kolom *name* dengan nama item pertanyaan.
3. Klik *analyze, correlate, bivariate*.
4. Keluar jendela baru pada layar, selanjutnya pindahkan seluruh data pada kolom kiri ke kolom *variables*.
5. Tentukan Uji *Correlate*, contreng *Pearson* pada *Correlate Coeffisien* dan tekan OK.
6. Maka hasil validitas akan muncul di *output*.

Kriteria keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut :

1. Nilai r dibandingkan dengan r tabel dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.
3. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$
4. Berdasarkan jumlah kuesioner yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan dengan derajat kebebasan (dk) $n-2$ ($30-2=28$), maka didapat nilai r tabel sebesar 0,361.

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari *hotel website quality* sebagai instrument variable X sebagai dan kepuasan pengguna *website* sebagai instrument variable Y. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 23 *for windows* maka diperoleh hasil uji validitas instrument penelitian sebagai berikut:

TABEL 3.3
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS

No.	Pernyataan	rhitung	rtabel	Keterangan
A. Hotel Website Usability				
1.	Kejelasan bahasa yang digunakan didalam <i>website</i> .	0,818	0,361	Valid
2.	Kemudahan dalam memahami informasi-informasi yang tertera didalam <i>website</i> .	0,958	0,361	Valid
3.	Kemudahan/kepraktisan <i>layout</i> (tata letak) <i>website</i> hotel saat digunakan.	0,895	0,361	Valid
4.	Penataan informasi-informasi yang tertera dalam <i>website</i> hotel.	0,943	0,361	Valid
5.	Kesesuaian grafis dengan teks yang tertera di <i>website</i> hotel.	0,860	0,361	Valid
6.	Kemudahan dalam bernavigasi didalam <i>website</i> hotel.	0,868	0,361	Valid
B. Hotel Website Functionality				
7.	Kelengkapan informasi didalam <i>website</i> hotel mengenai proses pemesanan kamar.	0,828	0,361	Valid
8.	Kelengkapan informasi didalam <i>website</i> hotel mengenai fasilitas hotel.	0,758	0,361	Valid
9.	Kelengkapan informasi didalam <i>website</i> hotel mengenai promosi dan penawaran special.	0,803	0,361	Valid
10.	Kelengkapan informasi didalam <i>website</i> hotel mengenai harga setiap tipe kamar.	0,814	0,361	Valid
11.	Kelengkapan informasi didalam <i>website</i> hotel mengenai destinasi wisata yang berlokasi di sekitar hotel.	0,787	0,361	Valid
C. Hotel Website Security and Privacy				
12.	Kepercayaan terhadap keamanan data pribadi tamu pada <i>website</i> hotel.	0,898	0,361	Valid
13.	Kepercayaan terhadap informasi mengenai keamanan sistem pembayaran secara <i>online</i> didalam <i>website</i> hotel.	0,926	0,361	Valid
14.	Kepercayaan terhadap informasi keamanan <i>website</i> hotel yang telah diakui oleh pihak ketiga.	0,917	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan kuesioner yang diuji yaitu sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan dengan derajat bebas (df) $n-2$ ($30-2=28$), maka diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,361. Dari Tabel hasil pengujian validitas diatas, diketahui bahwa semua item pertanyaan yang diajukan kepada responden dinyatakan valid karena memiliki r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} , sehingga semua item pertanyaan tersebut dapat dijadikan alat ukur terhadap konsep yang seharusnya diukur.

Berdasarkan Tabel 3.3 tersebut, terlihat bahwa empat belas item pertanyaan pada variable *hotel website quality* valid dan dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada *hotel website usability* dengan item pertanyaan kemudahan dalam memahami informasi-informasi yang tertera didalam websitedengan nilai 0,958. Sedangkan untuk nilai terendah terdapat pada *hotel website functionality* dengan item pertanyaan kelengkapan informasi didalam website hotel mengenai fasilitas hotel dengan nilai 0,758.

3.2.6.2. Hasil Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas menurut Uma Sekaran (2016:224) menyatakan bahwa reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Sedangkan, reliabilitas menurut Sujarweni (2014:85) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-onstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisisioner.

Berikut adalah langkah-langkah yang dilakukan untuk menguji reliabilitas dengan menggunakan program *IBM SPSSStatistic (Statistical Product for Service Solutions) 23 for windows*:

1. Distribusi data pada excel *copy* ke SPSS di *data view*
2. Klik *variable view*, lalu isi kolom *name* dengan variabel-variabel penelitian.
3. Kemudian klik *analyze, scale* dan pilih *reliability analysis*.
4. Pindahkan semua pernyataan tanpa jumlah ke kolom items.
5. Klik *statistics*, kemudian pada kolom *descriptive for*, klik *scale if item deleted*
6. Kemudian klik *continue* dan OK

Suatu instrument penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien *Cronbach's Alpha* lebih besar atau sama dengan 0,70. Keputusan pengujian realibilitas menurut Suharsimi Arikunto ditentukan dengan menggunakan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika *cronbach alpha* >0,70 maka item pertanyaan dinyatakan reliabel.
2. Jika *cronbach alpha* <0,70 maka item pertanyaan dinyatakan tidak reliable.

Hasil pengujian realibilitas instrument dilakukan dengan bantuan program SPSS 23 *for windows* diketahui bahwa semua variable reliable. Berikut merupakan hasil dari uji realibilitas instrument penelitian.

TABEL 3.4
HASIL PENGUJIAN REALIBILITAS

No.	Variabel	<i>Crochbach's Alpha</i>	Koefisien (<i>Crochbach's Alpha</i>)	Keterangan
1.	<i>Hotel Website Quality</i>	0,836	0,70	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan Tabel 3.4 diatas, dapat diketahui bahwa semua variable *hotel website quality* dinyatakan reliable. Hal tersebut dapat diketahui dari nilai *cronchbach's alpha* yang lebih besar dibandingkan dengan koefisien *cronchbach's alpha* yaitu memiliki nilai 0,836.

3.3 Rancangan Analisis Data

3.3.1 Rancangan Analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan dua jenis analisis yaitu analisis deskriptif dan analisis verifikatif. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang berasal dari jawaban responden atas item-item pertanyaan dalam kuisisioner yang merupakan alat dalam penelitian ini. Data mentah akan di analisis dengan cara menggolongkan, mengklasifikasikan dan menginterpretasikan data-data yang sudah ada, sehingga diperoleh gambaran umum tentang variabel berdasarkan beberapa analisis sebagai berikut:

1. Analisis data deskriptif tentang *website quality* di Crowne Plaza Bandung yang terdiri atas *website usability*, *website functionality* dan *website security and privacy*.
2. Analisis data deskriptif tentang kepuasan pengguna *website* di Crowne Plaza Bandung yang terdiri atas *expected* dan *perceived performance*.

3. Perhitungan skor ideal digunakan untuk mengukur tinggi atau rendahnya pengaruh variabel X yang terdapat di objek penelitian. Berikut rumus untuk menghitung skor ideal.

a) Nilai indeks maksimum = skor tertinggi x jumlah item x jumlah responden.

b) Nilai indeks minimum = skor terendah x jumlah item x jumlah responden

c) Jenjang variabel = nilai indeks maksimum – nilai indeks minimum

d) Jarak Interval = jenjang : banyaknya kelas interval.

3.3.2 Pengukuran *Customer Satisfaction Index*

Indeks Kepuasan Pelanggan dapat menjadi alat yang efektif untuk memantau, melaporkan, dan melacak kinerja perusahaan atau aspek spesifiknya, terutama yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Metode yang dikemukakan oleh (Biesok & Wyród-Wróbel, 2011) ini relatif sederhana dan tidak memerlukan persiapan kuesioner survei yang komprehensif. Metode ini menuntut pilihan kriteria yang sesuai yang akan dievaluasi oleh responden. Setiap responden menilai pentingnya kriteria yang dipilih dan memberikan tingkat kepuasan yang sesuai menggunakan skala *likert* (skala 1–5). Pernyataan tersebut dapat dijelaskan dalam fungsi kepuasan sebagai berikut.

$$CSI = \left(\frac{T}{5Y}\right) \times 100\%$$

Keterangan:

T = Nilai total dari kepuasan

5 = Nilai maksimum pada skala pengukuran

Y = Nilai total dari kolom persepsi

Berdasarkan fungsi kepuasan diatas, tingkat kepuasan dapat diketahui melalui Tabel 3.5. Tabel 3.5 menunjukkan bahwa nilai maksimum *Customer Satisfaction Index* yaitu kategori sangat puas dengan nilai 100%. Jika suatu perusahaan mendapatkan nilai 50% atau lebih rendah maka menandakan bahwa kinerja pelayanan yang diberikan kurang baik.

TABEL 3.5
KRITERIA NILAI *CUSTOMER SATISFACTION INDEX*

No	Nilai CSI (%)	Keterangan (CSI)
1.	81% - 100%	Sangat puas
2.	66% - 80,99%	Puas
3.	51% - 65,99%	Cukup puas
4.	35% - 50,99%	Kurang puas
5.	0% - 34,99%	Tidak puas

Sumber: (Biesok & Wyród-wróbel, 2011)

Kepuasan pelanggan adalah sasaran dan sekaligus alat pemasaran bagi perusahaan yang berfokus pada para pelanggan. Tjiptono dan Chandra (2016:222) mengungkapkan bahwa *Importance-Performance Analysis* adalah teknik dimana responden diminta meranking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut. Selain itu konsumen diminta untuk meranking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen tersebut. Berdasarkan hasil perhitungan akan terbentuk empat kuadran, Kuadran I (Pertahanan Kinerja), Kuadran II (Prioritas Utama), Kuadran III (Prioritas Rendah), dan Kuadran IV (Berlebihan). Interpretasi dari setiap kuadran adalah sebagai berikut:

1. Pertahankan Kinerja (*Keep Up the Good Work*)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan diharapkan sebagai faktor penunjang kepuasan konsumen sehingga perusahaan wajib untuk mempertahankan prestasi kinerja tersebut.

2. Prioritas Utama (*Concentrate Here*)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting atau diharapkan oleh konsumen akan tetapi kinerja perusahaan dinilai belum memuaskan sehingga pihak perusahaan perlu berkonsentrasi untuk mengalokasikan sumber dayanya guna meningkatkan performa yang masuk pada kuadran ini.

3. Prioritas Rendah (*Low Priority*)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap mempunyai tingkat persepsi atau kinerja aktual yang rendah dan tidak terlalu penting dan atau tidak terlalu diharapkan oleh konsumen sehingga perusahaan tidak perlu memprioritaskan atau memberikan perhatian lebih pada faktor-faktor tersebut.

4. Berlebihan (*Possibly Overkill*)

Pada kuadaran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap tidak terlalu penting dan tidak terlalu diharapkan oleh konsumen sehingga perusahaan lebih baik mengalokasikan sumber daya yang terkait pada faktor tersebut kepada faktor lain yang lebih memiliki tingkat prioritas lebih tinggi.

3.3.2 Pengujian Hipotesis

Selain analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan juga analisis verifikatif. Analisis verifikatif dilakukan pada tahap pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistic dan menitikberatkan dalam perilaku variabel penelitian. Analisis verifikatif dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dan dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Method od Successive Interval* (MSI)

Menurut Sedarmayanti dan Syarifudin Hidayat (2011, hlm 55) *Method od Successive Interval* (MSI) yaitu metode penskalaan untuk menaikkan skala pengukuran ordinal ke skala pengukuran interval atau dapat dikatakan mentransformasi data pengukuran ordinal menjadi interval.

Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditemukan pasangan data variable independen dan variable dependen serta akan ditemukan persamaan yang berlaku antara pasangan-pasangan tersebut. Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung frekuensi (f) pada setiap pilihan jawaban berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
- b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
- c. Berdasarkan proporsi tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
- d. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.

- e. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan sebagai berikut.

$$Scale\ Value = \frac{(Density\ at\ lower\ limit)-(Density\ at\ upper\ limit)}{(Area\ below\ upper\ limit)-(Area\ Below\ lower\ limit)}$$

2. Menyusun data

Penyusunan data dilakukan dengan cara memeriksa kelengkapan data mulai dari identitas responden hingga pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

3. Tabulasi Data

Tabulasi data yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan memberi skor pada item, menjumlahkan skor pada setiap item dan menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.

4. Menganalisis Data

Menganalisis data merupakan proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda. Analisis Regresi Linier Berganda adalah teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam penelitian kuantitatif, analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Berdasarkan tujuan penelitian, maka variabel yang dianalisis adalah variabel independen (X) yaitu *hotel website quality*. Sedangkan variabel dependen (Y) yaitu kepuasan pengguna *website*.

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kausal antara dua atau lebih variabel independen (X1, X2 dan X3) terhadap variabel dependen (Y) untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kausal antara dua atau lebih variabel independen. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio. Menentukan model persamaan regresi berganda adalah langkah-langkah yang dilakukan dalam menghitung analisis regresi berganda. Persamaan regresi berganda tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut (Silalahi, 2012:431) :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

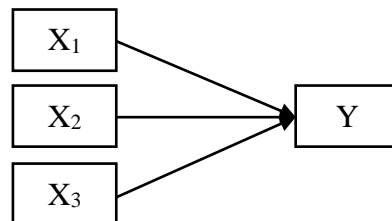
Y = kepuasan pengguna *website*

a = Nilai Konstanta

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

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu. X1 (*hotel website usability*), X2 (*hotel website functionality*) dan X3 (*hotel website security and privacy*) adalah variabel penyebab.

Apabila jumlah variabel independen minimal dua atau lebih maka analisis regresi berganda akan dilakukan. Maka terlebih dahulu hipotesis yang menyatakan sub variable independen yang paling dominan terhadap variable dependen digambarkan dalam sebuah paradigma seperti gambar 3.1, sebagai berikut:



GAMBAR 3.1
REGRESI LINEAR BERGANDA

Keterangan : X1 = *hotel website usability*

X2 = *hotel website functionality*

X3 = *hotel website security and privacy*

Y = kepuasan pengguna *website*

Teknik analisis regresi linier berganda dilakukan dengan prosedur kerja sebagai berikut:

a. Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki nilai residual terdistribusi normal. Syarat pertama untuk

melakukan analisis regresi adalah normalitas, yaitu data sampel hendaknya memenuhi persyaratan distribusi normal. Data yang berdistribusi normal dapat diketahui melalui nilai signifikansi pada tabel *Kolmogorov-Smirnov* dengan ketentuan nilai *Asymp. Sig.* $> 0,05$,

b. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian 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. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka Heteroskedastisitas tidak terjadi.

c. Uji Asumsi Linearitas

Uji linearitas memiliki tujuan untuk mengetahui apakah dua variabel memiliki hubungan yang linear atau secara signifikan. Uji linearitas biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *test for linearity* dengan taraf signifikansi 0,05. Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas ialah jika nilai signifikansi *linearity* $< 0,05$, maka kedua variabel memiliki hubungan yang linear.

d. Uji Asumsi Autokorelasi

Uji Autokorelasi yaitu hubungan antar penelitian (observasi) baik dalam bentuk penelitian *time series* atau *cross section*. Model regresi yang baik ialah model yang tidak terjadi autokorelasi dimana syaratnya adalah angka *Durbin-Watson* yang diperoleh tidak boleh < 1 dan > 3 .

e. Uji Asumsi Multikolinearitas

Uji multikolinieritas memiliki tujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat menjadi terganggu. Parameter yang sering digunakan untuk mendeteksi multikolinieritas adalah nilai VIF (*variance*

inflation factor). Suatu regresi dikatakan terdeteksi multikolinieritas apabila nilai VIF menjauhi 1 dan kurang dari 10.

f. Analisis Korelasi (R)

Analisis korelasi memiliki tujuan untuk mencari hubungan antara dua variable atau lebih yang diteliti seperti variabel independen (X1,X2 dan X3) terhadap variabel dependen (Y) secara serentak dan menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara kedua variable tersebut. Nilai R yaitu antara 0 sampai 1, maka jika nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah.

Adapun intepretasi hasil untuk perhitungan analisis korelasi adalah sebagai berikut :

TABEL 3.6
INTERPRETASI KOEFISIEN KORELASI

Besarnya Nilai	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2014: 287)

g. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi menyatakan besarnya kecilnya nilai variabel X terhadap Y. Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi (r²). Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

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

Keterangan: KP = Nilai Koefisien determinasi

R= Nilai Koefisien Korelasi

Tahap terakhir dari analisis data adalah pengujian hipotesis. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda (*multiple liner regression*). Analisis linier berganda merupakan alat analisis untuk meramalkan nilai pengaruh dua atau lebih variable independen (X) terhadap variable dependen (Y) untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kausal antara dua variable

bebas atau lebih. Dengan menggunakan rumus statistic hipotesis yang akan di uji memiliki taraf kesalahan sebesar 0,05 dengan derajat kebebasan dk (n-2).

Kriteria penerimaan atau penolakan hopitesis pada penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut.

1. $H_0 : \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara *hotel website quality* yang terdiri dari *hotel website usability*, *hotel website functionality* dan *hotel website security and privacy* terhadap kepuasan pengguna *website* di Crowne Plaza Bandung.
2. $H_0 : \rho \neq 0$, artinya terdapat pengaruh antara *hotel website quality* yang terdiri dari *hotel website usability*, *hotel website functionality* dan *hotel website security and privacy* terhadap kepuasan pengguna *website* di Crowne Plaza Bandung.