

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada perusahaan Hotel Rayz UMM, yang berada di jalan Raya Sengkaling No.1, Jetis, Mulyoagung, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang, Jawa Timur no 65151. Lokasi hotel sangat strategis karena sangat dekat dengan kota wisata batu yang hanya bisa ditempuh 20 menit. Hotel Rayz UMM merupakan salah satu perusahaan jasa yang bergerak di bidang penginapan atau jasa.

B. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan metode survey. Metode survey ini merupakan metode kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan suatu data yang terjadi Sugiyono (2019). Metode survey ini untuk melengkapi data dengan menggunakan teknik mengedepankan kuisioner dan sebagainya Soegiyono (2015).

C. Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini, informasi yang diperoleh langsung dari sumber informasinya tanpa adanya perantara Indriartono N. & Supomo (2016), bisa disimpulkan bahwa data yang menyediakan data secara langsung kepada pengumpul data Soegiyono (2015). Dalam penelitian data primer yang

akan diperoleh dari data wawancara manajer, gambaran umum perusahaan, sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi dan tugas tanggung jawab karyawan.

Tidak hanya itu data primer ini juga diperoleh dari kuisioner yang akan responden karyawan hotel Rayz UMM dan konsumen yang menginap di hotel Rayz UMM yang meliputi sepuluh dimensi *Total Quality Management* (TQM) seperti fokus pada pelanggan, obsesi terhadap kualitas, pendekatan ilmiah, komitmen jangka panjang, kerja sama tim, perbaikan berkesinambungan, pendidikan dan pelatihan, kebebasan yang terkendali, kesatuan tujuan dan pemberdayaan karyawan.

2. Data Sekunder

Data sekunder memiliki data yang tidak diberikan secara langsung kepada pengumpul data Soegiyono (2015), misalnya seperti dokumen. Data sekunder ini meliputi profil perusahaan, daftar tipe kamar, jumlah karyawan, tata letak perusahaan, proses pelayanan dan informasi data ini merujuk ke pelanggan yang menginap di Hotel Rayz UMM yang berkaitan dengan penelitian sepuluh dimensi *Total Quality Management* (TQM) seperti fokus pada pelanggan, obsesi terhadap kualitas, pendekatan ilmiah, komitmen jangka panjang, kerja sama tim, perbaikan berkesinambungan, pendidikan dan pelatihan, kebebasan yang terkendali, kesatuan tujuan dan pemberdayaan karyawan.

D. Populasi, Sampel dan Sampling

1. Populasi

Populasi di katakan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di Tarik kesimpulannya Soegiyono (2016). Populasi pada penelitian ini adalah probability, (1) Karyawan Hotel Rayz UMM yang memiliki 92 orang dan (2) pelanggan yang menginap di Hotel Rayz UMM rata-rata perbulan sekitar.

2. Sampel

Sampel bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut Soegiyono (2018). Sampel yang layak dalam sebuah penelitian berkisar antara 30 sampai 500 responden Sanusi (2014). Pada penelitian ini dipertimbangkan dibuat agar hotel Rayz UMM ingin mengetahui apakah ada perbedaan pandangan terhadap karyawan hotel Rayz UMM dan pelanggan yang menginap di hotel Rayz UMM. Pada penelitian ini jumlah populasi di ambil sebanyak 80 sampel yang terdiri dari 40 karyawan hotel Rayz UMM dan 40 dari pelanggan yang menginap di Hotel Rayz UMM

3. Sampling

Dalam prosedur pengambilan sampel yang digunakan ialah *non-probability* dengan teknik *purposive sampling*, *purposive sampling* salah satu Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan dan kriteria tertentu dalam penentunya Sugiyono (2019). Pada penelitian ini pertimbangan dibuat apakah

ada perbedaan pandangan antara karyawan hotel Rayz UMM dan konsumen yang menginap di hotel Rayz UMM. Syarat yang menjadi pertimbangan sampel untuk karyawan sebagai berikut:

- a) Sampel merupakan karyawan yang masih aktif bekerja di Hotel Rayz UMM Kota Malang
- b) Sampel merupakan uji coba sampel sepuluh dimensi *Total Quality Management* (TQM) sehingga pengambilan sampel dilakukan secara langsung ketika responden mengisi kuisioner saat berada di tempat penelitian.

Sedangkan syarat yang menjadi pertimbangan sampel untuk pelanggan sebagai berikut :

- a) Pelanggan yang menginap di Hotel Rayz UMM Kota Malang.
- b) Pelanggan yang berusia 17-50 Tahun.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara digunakan untuk mencari data dengan cara berkomunikasi langsung antara penanya dengan subyek atau responden Sanusi (2014). Wawancara pada penelitian ini menjadikan suatu kejadian atau proses interaksi antara pewawancara dan sumber informasi atau orang yang di wawancara melalui komunikasi secara langsung. Wawancara akan dilakukan kepada manjer Hotel Rayz UMM meliputi sepuluh *Total Quality Management* (TQM)

berdasarkan sepuluh dimensi yang terdiri dari fokus pada pelanggan, obsesi terhadap kualitas, pendekatan ilmiah, komitmen jangka panjang, kerja sama tim, perbaikan berkesinambungan, pendidikan dan pelatihan, kebebasan yang terkendali, kesatuan tujuan dan pemberdayaan karyawan. Tujuan dari penelitian ini untuk memperoleh informasi yang relevan dengan penelitian.

2. Kuisoner

Teknik pengumpulan data atau kuisoner yang dilakukan dengan cara memberi sepangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab Soegiyono (2017). Kuisoner pada penelitian ini adalah jenis kuisoner tertutup karena responden hanya tinggal memberi tanda pada salah satu jawaban yang dianggap benar. Kuisoener ini meliputi sepuluh dimensi *Total Quality Management* (TQM) seperti fokus pada pelanggan, obsesi terhadap kualitas, pendekatan ilmiah, komitmen jangka panjang, kerja sama tim, perbaikan berkesinambungan, pendidikan dan pelatihan, kebebasan yang terkendali, kesatuan tujuan dan pemberdayaan karyawan ,

Data mengenai pandangan karyawan dan konsumen pada penerapan *Total Quality Management* (TQM) di Hotel Rayz UMM kota Malang instrument pada penelitian ini menggunakan kuisoner yang daftar pertanyaannya yang disusun tertulis bertujuan untuk memperoleh data berupa jawaban dari para responden yang menginap di Hotel Rayz UMM. Skala likert yang digunakan dalam penelitian ini yaitu minimum skor 1 dan maksimum skor 5, karena akan diketahui secara pasti jawaban dari responden apakah cenderung

kepada jawaban yang setuju maupun tidak setuju, sehingga jawaban responden diharapkan lebih relevan Soegiyono (2014).

F. Teknik Pengukuran Data

Data yang dikumpulkan akan menjadi tolak ukur dengan menggunakan skala likert. Skala likert ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial, sehingga jawaban dari skala likert ini dimulai dari yang paling tinggi nilainya hingga ke paling rendah atau sebaliknya Lupiyoadi dan Ikhsan (2015). Pada penelitian ini menggunakan skala likert yang diberikan kepala karyawan Hotel Rayz UMM dan pelanggan yang menginap di Hotel Rayz UMM, penelitian ini menggunakan skala likert jenjang 5 dengan sebagai berikut :

Tabel 3.1 Skala Likert

No	Skala	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2012)

G. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Kuisiner yang baik memiliki kriteria salah satunya harus memenuhi validasi. Validitas merupakan persamaan data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang diperoleh langsung pada suatu subjek penelitian Sugiyono

(2018). Validitas atau valid dapat menunjukkan derajat ketepatan atau kecocokan antara data yang sesungguhnya terjadi, dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji validitas konstruk dengan teknik kolerasi *product moment* dengan bantuan SPSS. Rumus korelasi *product moment* sebagai berikut :

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

Sumber: Sugiyono (2016)

Keterangan:

R_{xy} : Koefisien korelasi antara variabel X dan Y

N: Banyaknya sampel uji coba

X: Skor dari total dari masing nomer dari responden

Y: Skor butiran dari jawaban responden

$\sum xy$ = Hasil jumah X kali Y

Adapun kriteria uji validitas sebagai berikut:

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, berarti pernyataan tersebut dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.
- b. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, berarti pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid apabila terdapat perbedaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama Sugiyono (2015). Reliabilitas dapat menunjukkan tingkat

konsistensi apabila digunakan untuk mengukur gejala yang sama dengan kata lain jika alat ukur digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama atau tidak jauh berbeda. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus *alpha croncach* dengan rumus :

$$r_{11} = \frac{n}{n-1} \left(\frac{1 - \sum_{i=1}^n s_i^2}{s_t^2} \right)$$

Sumber: Sugiyono (2016)

Keterangan:

r_{11} = Koefisien reliabilitas

N = Banyak butir soal

s_i^2 = Varians skor soal ke-i

s_t^2 = Varians skor soal total

Adapun kriteria dari pengujian reliabilitas antara lain:

- a. Jika nilai koefisien reliabilitas $\geq 0,6$, maka instrumen yang diuji memiliki reliabilitas yang baik atau reliabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.
- b. Jika nilai koefisien reliabilitas $< 0,6$, maka instrumen yang diuji tidak reliabel.

H. Metode Analisis Data

1. Rentang Skala

Rentang skala digunakan untuk menentukan posisi reponden dengan menggunakan nilai tiap skor variabel. Untuk menentukan nilai rentang skala dengan cara menggunakan rumus Umar Husein (2010) :

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Keterangan:

RS: Reantang Skala

n: Jumlah Sampel

m: Jumlah Alternatif Jawaban

Dari rumus di atas dapat diperoleh rentang skala dengan perhitungan:

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

$$RS = \frac{40(5-1)}{5}$$

$$= \frac{40(4)}{5}$$

$$= 32$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka dapat diperoleh perhitungan interval konsumen rentang skala sebesar 32. Sedangkan interval untuk karyawan

Tabel 3.2 Interval Karyawan dan Konsumen

Interval Karyawan dan Konsumen	Keterangan
--------------------------------	------------

40-72	Selalu tidak fokus/ Selalu tidak baik/selalu tidak kompak/ Selalu tidak peduli/ Selalu tidak setuju
73-105	Tidak fokus/ Tidak baik/ Tidak kompak/ Tidak meningkat/ Tidak peduli/ Tidak setuju
106-138	Cukup/ netral
139-171	Fokus/ baik/ kompak/ meningkat/ peduli/ setuju
172-200	Selalu sangat fokus/ Selalu baik/ Selalu kompak/ Selalu meningkat/ Selalu peduli/ Selalu setuju

Sumber : Data Primer (2023), diolah

Langkah-langkah pada rentang skala sebagai berikut:

- a. Setiap variabel dalam kuisioner akan dianalisis dengan menggunakan rentang skala
- b. Selanjutnya menghitung rata rata setiap variabel
- c. Rata-rata dari setiap variabel akan di dapat dan di deskripsikan kedalam kelas interval yang ada yaitu selalu tidak fokus, tidak fokus, netral, baik, selali baik.

2. Analisis Diskriminan

Alat analisis diskriminan biasanya digunakan untuk mengetahui variabel yang membedakan kelompok populasi yang juga dapat digunakan sebagai kriteria pengelompokan. Berikut langkah-langkah dalam melakukan analisis diskriminan :

- a) Memilih variabel terikat dan variabel bebas.

- b) Menentukan metode untuk analisis diskriminan dengan cara:
- 1) *Simultaneous estimation* yaitu variabel dimasukkan secara Bersama sama dilakukan proses diskriminan atau dengan menggunakan *Step-Wise* yaitu variable dimasukkan satu per sat uke dalam model diskriminan
- c) Menguji signifikasi diskriminan dengan menggunakan uji Wilk's Lambda dan Ftest.

Menguji ketepatan klasifikasi dari fungsi diskriminan dengan menggunakan *Casawise Diagnotic*. Adapun rumus dari alat analisis diskriminan dan langkat-langkah menghitung alat analisis diskriminan dengan menghitung manual sebagai berikut :

$$D = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + \dots b_k X_k$$

Keterangan :

- D = Skor diskriminan
b = Koefisien diskriminan
X = Variabel independent

Sedangkan langkah-langkah analisis diskriminan dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

- a) Pada lembar aplikasi SPSS lalu klik *variabel view*, pada kolom *Name* yang pertama ditulis variabel Y, lalu untuk baris kedua dan seterusnya ditulis variabel X. pada *values* di kolom *Name* baris pertama yaitu Variabel Y dituliskan kategori yaitu .00 untuk Karyawan dan kategori 1.00 untuk konsumen. Pada bagian Measure pilih *Scale*

- b) Klik *Data View*, data variabel dimasukkan sesuai dengan ketentuan *Variabel View*.
- c) Klik menu *Analyze*, lalu klik *Classify*- Pilih *Discriminant*.
- d) Selanjutnya Variabel Y dimasukkan pada *grouping variables*. Pilih *Define Range* lalu tuliskan pada Minimum yaitu 0, lalu *Maximum* adalah 1. Sedangkan variabel Fokus pada pelanggan, Obsesi terhadap Kualitas, Pendekatan Ilmiah, Komitmen Jangka Panjang, Kerja sama tim, Perbaikan sistem secara berkesinambungan, Pendidikan dan Pelatihan, Kebebasan yang terkendali, Kesatuan Tujuan, Adanya Keterlibatan dan Pemberdayaan Karyawan dimasukkan pada bagian *Independets*, Selanjutnya klik *Use Stepwise Method*.
- e) Klik *Statistic*, lalu *checkboxlist* pada bagian *Means*, *Univariate ANOVAs*, *Box's M*, dan *Unstandardized*. Lalu klik *Continue*.
- f) Selanjutnya klik *Method checkboxlist* pada *Mahalanobis Distance*, *Use Probability Of F*, dan *Summary of Steps*. Klik *Continue*.
- g) Pada *classify checkboxlist* pada *All Groups Equal*, *Within-groups*, *Casewise Results*, dan *Leave-one-out Classification*. Klik *Continue*.
- h) Pada *save check list* pada *Predicted Group Membership*, *Discriminant Scores*, dan *Probabilities of Group Membership*. Klik *Continue*. Lalu klik OK.