BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Objek Penelitian menurut Husein Umar (2005:303) menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian. Juga dimana dan kapan penelitian dilakukan. Bisa juga ditambahkan hal-hal lain jika dianggap perlu.

Objek penelitian dapat disimpulkan yaitu berisi tentang gambaran objek yang ada dalam suatu penelitian. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah Peranan Kualitas *Website* Hotel Terhadap Kepuasan Konsumen pada *Cottage* Daarul Jannah. Penelitian ini dilaksanakan di *Cottage* Daarul Jannah Jl.Gegerkalong Girang No.67 Bandung.

3.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan

Diawali dengan program pelatihan Manajemen Qalbu yang dikuti oleh beberapa instansi pemerintah dan lembaga bisnis lainnya, pada saat itu fasilitas pendukung salah satunya akomodasi yang tersedia berupa tenda pleton. Dengan melihat fenomena tersebut maka tercetuslah sebuah ide dari KH Abdullah Gymnastiar, Pimpinan Pondok Pesantren Daarut Tauhiid, untuk membangun penginapan untuk memfasilitasi pelatihan-pelatihan yang diadakan oleh Pondok Pesantren Daarut Tauhiid, dengan konsep penginapannya berupa *Cottage* karena suasana yang diciptakan

sebagai rumah taman dan lingkungan yang nyaman, sangat kondusif untuk tamu yang berakhir pekan atau berlibur.

Adapun penamaan Daarul Jannah diberikan dari bahasa arab yang berarti Tempat Syurga, yang diharapkan para konsumen dapat merasakan kenyamanan atmosfir yang dikondisikan di lingkungan pesantren dan dimana tujuan awal para tamu tidak hanya untuk beristirahat tetapi juga dapat mengikuti kegiatan yang bernuansakan religius yang diadakan di Pesantren Daarut Tauhiid.

Cottage Daarul Jannah berdiri pada tanggal 31 Desember 1998, yang pertama kali beroperasi dengan tamu pertama adalah peserta Pesantren Ekslusif Jakarta. Pada tanggal 25 April 1999 Diresmikan pengoperasiannya (*grand Opening*) dengan ditandai penandatanganan prasasti oleh Bapak Deden Ruchlia selaku Wakil Gubernur Jawa Barat.

Seiring perkembangan jamaah Daarut Tauhiid yang begitu besar dan ini merupakan suatu peluang untuk membuka dan memperbesar usaha bidang pelayan makan dan minum maka pada awal tahun 2000, maka Daarut Tauhiid Catering Service diganti menjadi Café Daarut Tauhiid, yang berdiri diatas tanah seluas 103 M persegi. Dengan bentuk bangunan gazebo (Pendopo), yang menghadap ke *Cottage* Daarul Jannah.

3.1.2. Visi dan Misi Perusahaan

Visi dan Misi *Cottage* Daarul Jannah Bandung adalah sebagai berikut :

3.1.2.1 Visi

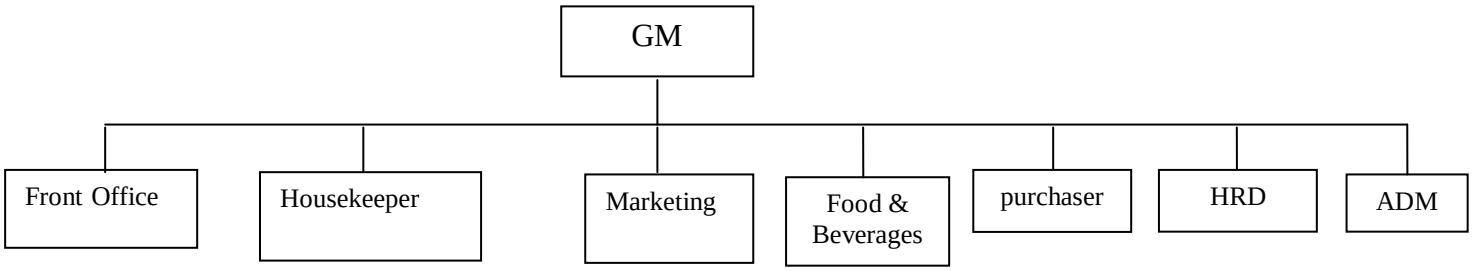
Cottage dan Cafetaria Daarul Jannah merupakan bisnis akomodasi Islami dan alami di Pesantren Daarut Tauhiid dengan tujuan peningkatan kualitas sumber daya manusia. Nilai-nilai dan manfaatnya tidak lepas dari paradigma khas Pesantren Daarut Tauhiid. Upaya-upaya yang dilakukan adalah mengedepankan kualitas yang lebih menegaskan keberadaan sehingga bermanfaat bagi berbagai pihak dalam rangka meningkatkan dan menekankan ruhiyah umat.

3.1.2.2 Misi

Memberdayakan segala potensi dari sumber ummat dalam kerangka mempertegas citra Islam melalui bisnis hotel yang representative Islami di Indonesia.

3.1.3. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur Organisasi *Cottage* Daarul Jannah :



Gambar 3.1 Struktur Organisasi *Cottage* Daarul Jannah

3.1.4. Deskripsi Tugas

Berikut adalah deskripsi tugas yang ada di *Cottage* Daarul Jannah yaitu sebagai berikut :

1. GM (*General Manager*)

   Mempunyai tugas dan fungsi :

   a. Mengatur tugas, jadwal kerja dan membimbing bawahannya dan mengamati performance untuk memastikan kesesuaian dengan peraturan-peraturan dan pelaksanaan prosedur kerja.
   b. Penanggung jawab seluruh aktifitas setiap divisi
   c. Mengadakan koordinasi dengan supervisor, untuk memastikan kerjasama berjalan baik.
   d. Mengadakan dan memimpin internal meeting.
   e. Membuat rancangan kerja 1 tahun kedepan

2. *Front Office*

   Yaitu bagian terdepan yang bertugas menerima pesanan, memberikan informasi, menerima dan mengakomodasi tamu termasuk melaksanakan pembayaran dan penerimaan tamu.

3. *Housekeeper Departement*

   Yaitu bagian yang bertugas memelihara kebersihan, kerapihan dan kelengkapan kamar-kamar tamu, restaurant, dan tempat tempat umum dalam hotel termasuk tempat-tempat karyawan.

4. *Marketing Departement*

   Yaitu bagian yang melaksanakan pemasaran produk hotel, termasuk di dalamnya promosi dan penjualan produk hotel.

5. *Food and Beverage (F&B) Departement*

   Yaitu bagian yang bertugas menyediakan dan menyajikan makanan dan minuman.

6. *Purchaser*

   Yaitu bagian yang melaksanakan kegiatan-kegiatan pembelian, serta mengusahakan kelancaran pengadaan barang-barang dalam usaha menunjang kegiatan opersional perusahaan.

7. *Human Resorce Development (HRD)*

   Yaitu bagian yang bertugas mengadakan pemilihan dan pengadaan tenaga kerja hotel, termasuk di dalamnya pemeliharaan moral dan kesejahteraan tenaga kerja serta peningkatan pengetahuan dan keterampilan tenaga kerja hotel.

8. Administrasi (ADM)

   Yaitu bagian yang bertugas menangani proses kepegawaian seperti masalah penggajian, bonus, dan membuat laporan pajak.

3.2 Metode Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan di *Cottage* Daarul Jannah Bandung. Faktor yang akan diteliti adalah Peranan Kualitas *Website* Hotel Terhadap

Kepuasan Konsumen. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan *survey* dan verifikatif.

Menurut Abdurrahmat Fathoni (2006:97) penelitian deskriptif merupakan suatu penelitian yang bermaksud mengadakan pemeriksaan dan pengukuran-pengukuran terhadap gejala tertentu.

Sedangkan metode verifikatif Menurut **Sugiyono** (2003:33) "Verifikatif adalah metode penelitian yang menguji hipotesis dengan menggunakan analisis statistik".

3.2.1 Desain Penelitian

Desain penelitian menurut Moh.Nazir (2003:84) memaparkan bahwa Desain Penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian.

Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan deskripsi mengenai *website* hotel dan kepuasan konsumen serta mengenai peranan suatu *website* terhadap tingkat kepuasan konsumen yang tentunya mempengaruhi reputasi hotel.

Dalam melaksanakan penelitian ini tahapan-tahapan yang penulis lakukan adalah

1. Melakukan pengamatan dalam rangka mengidentifikasi masalah yang ada
2. Melakukan studi kepustakaan untuk melihat apakah ada keterkaitan antara teori dengan masalah yanng ditemui.
3. Merusmuskan masalah, kerangka pemikiran dan hipotesis

4. Merancang penelitian yang meliputi penentuan metode yang akan digunakan, menentukan kerangka sampling.
5. Mengumpulkan data lapangan
6. Melakukan analisis data dan penarikan kesimpulan

3.2.2 Operasional Variabel Penelitian

Penelitian ini terdapat dua variabel. Variabel bebas yaitu *Website* hotel sebagai variabel X dan variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen sebagai variabel Y. Menurut Sugiyono (2009:4) mendefinisikan:

"Variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat".

"Variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas."

Konsep yang diajukan dalam skripsi ini terdiri dari dua variabel. Variabel bebas (*indevendent)* dan variabel terikat/tidak bebas (*dependent*). Konsep yang diukur dalam penelitian ini ditetapkan sebagai berikut :

a. Variabel bebas (*indevendent*) adalah *Website* Hotel (variabel X)
b. Variabel terikat (*dependent*) adalah Kepuasan Konsumen (variabel Y)

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi Variabel	**Indikator**	**Ukuran**	**Skala Pengukuran**
Website Hotel (variabel X) **Barnes & Vidgen (2002).**	*1.1 Usability*	1.1.1 Tingkat kesesuaian penempatan gambar, isi, serta navigasi pada *website* hotel 1.1.2 Tingkat kemudahan penggunaan 1.1.3 Tingkat penampilan desain pada *website*	Interval
	1.2 *Information Quality*	1.2.1 Tingkat kelengkapan mengenai informasi fasilitas dan layanan yang tersedia sesuai kebutuhan konsumen.	
	1.3 *Service Interaction Quality*	1.3.1 Tingkat kemudahan konsumen untuk melakukan komunikasi dengan hotel 1.3.2 tingkat kepercayaan informasi dalam *website* 1.3.3 Tingkat keamanan	
Kepuasan konsumen (variabel Y) **Irawan (2002:37-40)**	*2.1 Kualitas Produk*	*2.1.1* Tingkat ketertarikan konsumen terhadap produk/jasa yang ditawarkan	Interval
	2.2 Harga	2.2.1 Tingkat kesesuain harga dengan kualitas produk/jasa yang ditawarkan	

	2.3 Emosional	2.3.1 Tingkat ketertarikan konsumen terhadap produk dan tampilan *website*	
	2.4 Kemudahan	2.4.1 Tingkat kemudahan konsumen dalam memperoleh informasi mengenai produk/jasa.	

3.2.3 Metode Penarikan Sampel

Untuk mengetahui jumlah populasi dan sampel yang terdapat di *Cottage* Daarul Jannah yaitu menggunakan metode penarikan sampel, diantaranya adalah sebagai berikut :

3.2.3.1 Populasi

Menurut Abdurrahmat Fathoni (2006:103) populasi adalah keseluruhan unit elementer yang parameternya akan diduga melalui statistika hasil analisis yang dilakukan terhadap sampel penelitian.

Populasi menurut Sugiyono (2009:61) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang

dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek yang diteliti itu. (Sugiyono, 2009:61)

3.2.3.2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. 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. (Suharsimi Arikunto, 2006:131).

3.2.3.3.Sampling

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sensus dimana menurut Marzuki (2002:41) sensus adalah mencatat semua elemen yang diselidiki. Jadi menyelidiki semua objek, semua gejala, semua kejadian atau peristiwa, dan yang dihasilkan adalah nilai karakteristik sesungguhnya (*true value*). Cara sensus yaitu perhitungan yang lengkap (*a complete enumeration method*).

Menurut Roscoe dalam Bambang S.Soedibjo (2005:115) ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Karena menurut Roscoe ukuran sampel 30-500 sudah cukup untuk sebuah penelitian, maka pada penelitian ini ukuran sampling yang diambil penulis yaitu sebanyak 43 orang.

3.2.4. Jenis Dan Metode Pengumpulan Data

Jenis dan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

3.2.4.1 Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ada dua, yaitu data primer dan sekunder.

1. Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti dari hasil wawancara atau hasil mengisikan kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari berbagai sumber yang telah ada (dokumen). Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, laporan, dan jurnal.

3.2.4.2 Metode Pengumpulan data

Adapun untuk metode pengumpulkan data yang dilakukan dengan menggunakan beberapa cara, diantaranya :

1) Penelitian kepustakaan (*Library research*)

Data penelitian diperoleh dengan cara membaca serta mempelajari buku – buku atau literatur – literatur yang berhubungan dengan pembahasan skripsi.

2) Penelitian lapangan (*Field research*)

Data penelitian ini diperoleh dengan menggunakan metode :

1. Wawancara, yaitu dengan cara mengajukan pertanyaan dalam wawancara langsung ataupun tertulis, yaitu dengan cara mewawancarai pegawai di *Cottage* Daarul Jannah bagian HRD dan FO yang bersangkutan untuk mendapatkan data-data maupun informasi-informasi yang dianggap akan menambah perolehan atau kelengkapan data sehingga mempermudah penyelesaian laporan dan penelitian.
2. Studi Literatur, yaitu pengumpulan data dengan cara mengambil dari beberapa bahan pustaka yang dapat dijadikan referensi yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.
3. Kuesioner

   Dalam penelitian ini teknik atau metode pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan cara menyebarkan angket (kuesioner). Kuesioner merupakan metode pengumpulan data dengan cara membagi daftar pertanyaan kepada responden agar responden tersebut memberikan jawabannya.

3.2.5. Teknik Pengujian Data

Pelaksanaan pengujian data dapat dilakukan dengan beberapa cara atau alat yang digunakan untuk memperoleh data. Teknik pengujian data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas.

3.2.5.1 Uji Validitas

Menurut Bambang S.Soedibjo (2005:74) validitas dapat diartikan sebagai ukuran empiris yang mencerminkan arti yang sebenarnya dari konsep yang sedang dipelajari. Kita juga menetapkan nilai kritisnya sebesar 0,3 artinya jika koefisiensi

korelasi bernilai > 0,3 maka butir dinyatakan valid (Bambang S. Soedibjo, 2005:76).

Berikut adalah dasar dalam pengambilan keputusan :

1. Jika r positif, serta r hitung ≥ 0,3 (r kritis) maka item pertanyaan tersebut valid
2. Jika r tidak positif, serta r hitung ≤ 0,3 (r kritis) maka item pertanyaan tersebut tidak valid

Untuk pengujian validitas ini instrumen penelitian yang berupa skor yang memiliki tingkatan, menggunakan *software* SPSS 12.0 *For Windows* dan Microsoft Excel 2007 dan rumus yang digunakan adalah korelasi *Pearson Product Moment* dengan:

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

Sumber: Arikunto (2002: 146)

Keterangan :

r_{yx} = Korelasi antara variabel X dan Y.

ΣX = Jumlah skor tiap item dari seluruh responden.

ΣY = Jumlah skor total seluruh item dari keseluruhan responden.

n = Jumlah responden

Validitas tiap item akan terbukti jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dengan α = 0,01. Apabila hasil r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} pada taraf signifikan, maka

item kuesioner tersebut tidak valid. Sebaliknya, jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka kuesioner tersebut valid.

3.2.5.2 Uji Reliabilitas

Menurut Abdurrahmat Fathoni (2006:125) Reliabilitas selain berarti ketelitian dalam pengukuran juga dapat diartikan sebagai ketelitian alat ukur yang digunakan dengan demikian, uji reabilitas yang akan dibahas pada bagian ini adalah menguji ketelitian kuesioner yang akan digunakan dalam teknik pengumpulan data.

Setelah dilakukan uji validitas atas pertanyaan yang digunakan dalam penelitian tersebut, selanjutnya dilakukan uji keandalan. Uji keandalan bertujuan untuk mengetahui apakah alat pengumpulan data pada dasarnya menunjukan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan atau konsistensi. Alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individual, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda. Uji keandalan dilakukan terhdap perntayaan-pertanyaan atau pernyataan-pernyataaan yang sudah valid. Reliabilitas menyangkut ketepatan alat ukur. Untuk teknik perhitumgam reliabilitas kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Statistical Product and Service Solutioan (SPSS) 12 for Windows.*

3.2.6. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis

Metode analisis yang digunakan adalah deskriptif / kualitatif dan verifikatif / kuantitatif. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian, sedangkan analisis verifikatif

digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik yang relevan.

3.2.6.1 Analisis Kualitatif

Metode analisis yang digunakan adalah deskriptif / kualitatif dan verifikatif / kuantitatif. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian, sedangkan analisis verifikatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik yang relevan.

1. Analisis Deskriptif / Kualitatif

Menurut Sugiyono (2008:14) Deskriptif / Kualitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah.

Analisis Kuantitatif dilakukan dengan alat bantu statistika yang dipakai untuk menganalisis pengaruh variabel yang diteliti. Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu menggunakan statistik inferensi. Statistik inferensi digunakan sebagai pengambilan keputusan dan pada umumnya menyertakan pengambilan keputusan dengan uji hipotesis. Uji hipotesis yang dilakukan dalam penelitian yaitu menggunakan analisis korelasi yaitu melalui analisis korelasi pearson yang merupakan uji statistik bagi variabel yang berskala interval dimana alternatif jawaban kuesioner yang diisi oleh responden akan diberi bobot berskala likert, yaitu :

5 = Sangat Puas

4 = Puas

3 = Cukup

2 = Tidak Puas

1 = Sangat Tidak Puas

Untuk mengetahui skor total yang diperoleh dari masing-masing variabel digunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Skor Total} = \frac{Skor\ aktual}{Skor\ Ideal} \text{ x } 100\%$$

Keterangan :

Skor aktual = Jawaban seluruh responden

Skor Ideal = Skor /nilai tertinggi /semua responden diasumsikan memilih jawaban tertinggi.

Skor aktual adalah jawaban seluruh responden atas kuesioner yang telah diajukan. Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi atau semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi. Penjelasan bobot nilai skor aktual dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.2
Kriteria Presentase Tanggapan Responden

No.	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00% – 36.00%	Tidak Baik
2	36.01% – 52.00%	Kurang Baik
3	52.01% – 68.00%	Cukup
4	68.01% – 84.00%	Baik
5	84.01% – 100%	Sangat Baik

Sumber: Umi Narimawati, 2007:85

Uji hipotesis yang dilakukan dalam penelitian yaitu menggunakan *software* SPSS 12.0 *for windows*, adapun langkah-langkahnya dengan menggunakan analisis korelasi, analisis regresi dan koefisien determinasi.

3.2.6.2 Analisis Kuantitatif

Pengertian analisis kuantitatif secara umum adalah hasil suatu masalah yang akan diteliti lebih lanjut. Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu menggunakan statistik inferensi dan data penelitian dari penyebaran kuesioner memiliki tingkat pengukuran ordinal. Untuk melakukan analisis kuantitatif dengan menggunakan korelasi *pearson product moment* memerlukan data dengan skala pengukuran sekurang-kurangnya interval. Maka untuk keperluan analisis terlebih dahulu dilakukan transformasi dari data skala ordinal ke interval dengan menggunakan metode succesive interval (*Successive Intervals Method*), dengan langkah kerja sebagai berkut :

1. Memperhatikan setiap item pertanyaan atau pernyataan.
2. Untuk setiap item pertanyaan atau pernyataan, tentukan berapa banyak responden yang mendapat skor 1,2,3,4, dan 5 yang selanjutnya disebut frekuensi (f).
3. Tentukan proporsi (p) dengan cara membagi setiap frekuensi dengan banyaknya responden.
4. Menghitung proporsi kumulatif (pk).
5. Menghitung nilai signifikan setiap proporsi kumulatif.

Statistik inferensi digunakan juga sebagai pengambilan keputusan dan pada umumnya menyertakan pengambilan keputusan dengan uji hipotesis. Uji hipotesis yang dilakukan dalam penelitian yaitu menggunakan *software* SPSS 12.0 *for windows*, adapun langkah-langkahnya dengan menggunakan analisis korelasi, analisis regresi dan koefisien determinasi.

1. Analisis Korelasi

Pengertian dari korelasi bivariat parametrik pearson *product moment* menurut Jonathan Sarwono (2006:37) adalah korelasi yang digunakan untuk mengetahui ada dan tidaknya hubungan dua variabel, yaitu variabel bebas dan variabel tergantung yang beskala interval (parametrik).

Korelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasi *Pearson Product Moment* dengan menggunakan *software* SPSS 12.0 *For Windows*. Analisis korelasi *Pearson Product Moment* ditujukan untuk mengukur derajat keeratan hubungan diantara variabel-variabel tersebut, apakah derajat hubungan diantara variabel-variabel tersebut sangat erat, cukup erat, atau tidak ada hubungan sama sekali. Rumus untuk koefisien korelasi *Pearson Product Moment* adalah sebagi berikut :

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n\sum x^2) - (\sum x)^2 (n\sum y^2) - (\sum y)^2}}$$

Keterangan:

r = Korelasi Pearson Product Moment

x = *Website* Hotel

y = Kepuasan

n = Jumlah Sampel

Besar kecilnya angka korelasi menetukan kuat atau lemahnya hubungan kedua variabel. dapat dilihat pada tabel 3.2

Tabel 3.3

Tabel Nilai Koefisien Korelasi dari Jonathan Sarwono (2006:40)

Nilai Korelasi	**Tingkat Keeratan Koefisien Korelasi**
0 – 0,25	Korelasi Sangat Lemah (dianggap tidak ada)
> 0,25 – 0,5	Korelasi Cukup
> 0,5 – 0,75	Korelasi kuat
> 0,75 – 1	Korelasi sangat kuat/tinggi

Korelasi dapat menghasilkan angka positif (+) dan negatif (-) yaitu :

a. Jika korelasi menghasilkan angka positif (+), hubungan kedua variabel bersifat searah. Searah mempunyai makna bahwa jika variabel bebas besar, maka variabel terikatnya juga besar.
b. Jika korelasi menghasilkan angka negatif (-), hubungan kedua variabel bersifat tidak searah. Tidak searah mempunyai makna bahwa jika variabel bebas besar maka variabel terikatnya adalah kecil.

2. Analisis Regresi

Analisis regresi menurut Jonathan Sarwono (2006:65) adalah teknik analisis yang meliputi metode-metode yang digunakan untuk memprediksi nilai-nilai dari satu atau lebih variabel tergantung yang dihasilkan adanya pengaruh satu atau lebih variabel bebas.

. Regresi linier mengestimasi besarnya koefisien-koefisien yang dihasilkan dari persamaan yang bersifat linier yang melibatkan satu variabel bebas untuk digunakan sebagai alat prediksi besarnya nilai variabel terikat. Adapun persamaan umum regresi linier sederhana :

$$\mathbf{Y = a + bX}$$

Dimana :

Besar a dapat diketahui dengan rumus :

$$b = \frac{n\sum XY - \left(\sum X\right)\left(\sum Y\right)}{n\sum X^2 - \left(\sum X\right)^2}$$

Sedangkan besar b dapat diketahui dengan rumus :

$$b = \frac{n\sum XY - \left(\sum X\right)\left(\sum Y\right)}{n\sum X^2 - \left(\sum X\right)^2}$$

Keterangan :

Y = kepuasan

a = *website* hotel

b = konstanta

X = Koefisien variabel X

n= Banyaknya sampel

3. Koefisien Determinasi

Menurut Jonathan Sarwono (2005:72) koefisien determinasi digunakan untuk menghitung besarnya peranan atau pengaruh variabel bebas (variabel X) terhadap variabel tergantung (variabel Y). Koefisien determinasi di hitung

dengan cara mengkuadratkan hasil korelasi kemudian dikalikan dengan 100%. Adapun yang digunakan adalah sebagai berikut :

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

Sumber: Jonathan, 2005:72

Keterangan :

Kd = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi

3.2.6.3 Pengujian Hipotesis

Menurut Sudjana (2005 : 379), Hipotesis yang sudah dirumuskan kemudian harus diuji. Pengujian ini akan membuktikan H0 atau H1 yang akan diterima. Jika H1 diterima maka H0 ditolak.

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui hubungan antara kedua variabel terdapat hubungan yang erat atau saling berperan, antara variabel bebas yaitu dalam penelitian ini adalah *Website* Hotel dan variabel terikat Kepuasan konsumen.

Untuk mengetahui hubungan antara kedua variable menurut dalam buka Singgih Santoso (2005:402), penentuan hipotesisnya dapat ditentukan dari Tabel Nilai Korelasi *Pearson Product Moment*, dimana:

Hipotesis :

H0 : jika nilai signifikannya lebih besar dari 0.01

H1 :jika nilai signifikannya lebih kecil dari 0.01

Pengambilan Keputusan :

Dasar pengambilan keputusannya adalah besaran probabilitas (peluang)

Jika probabilitas > 0,01 maka H0 diterima dengan $\alpha = 0,01$

Jika probabilitas < 0,01 maka H0 ditolak.