

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Deskripsi Data**

##### **1. Persiapan dan pelaksanaan penelitian**

Dalam melakukan penelitian ini ada beberapa langkah yang dilakukan oleh peneliti, antara lain:

###### **a. Persiapan awal**

Persiapan awal yang dilakukan yaitu mengajukan izin survei dan uji coba skala angket untuk penelitian ke kolam renang Bumi Serpong Residence yang berada di Kota Tangerang Selatan pada tanggal 7 Juli 2019. Kemudian pada tanggal 14 Juli 2019 peneliti mengajukan izin penelitian di kolam renang Tirtamas Modernland Kota Tangerang. Sebelum melakukan penelitian, peneliti mengumpulkan beberapa teori untuk dijadikan bahan penelitian yang berupa kuesioner.

###### **b. Penyusunan Skala**

Penyusunan skala dimulai dengan mengumpulkan teori-teori dari beberapa ahli dan memilih definisi serta aspek, kemudian membuat definisi operasionalnya untuk mendapatkan pengertian yang tepat dari variabel-

variabel terikat. Definisi operasional tersebut dirumuskan dalam bentuk indikator yang nantinya sebagai acuan membuat butir-butir kuesioner.

Penelitian ini menggunakan dua buah skala, yaitu Persepsi Tentang Pelayanan dan Kepuasan Konsumen. Jumlah item dalam ujicoba skala Persepsi Tentang Pelayanan sebanyak 45 butir, dan ujicoba skala

Kepuasan Pengunjung sebanyak 46 butir. Sedangkan untuk penelitian jumlah item skala Persepsi Tentang Pelayanan sebanyak 38 butir, dan jumlah item skala Kepuasan Pengunjung sebanyak 38 butir. Kedua skala tersebut terdiri dari dua bagian, bagian pertama memuat skala persepsi tentang pelayanan dan bagian kedua memuat skala kepuasan pengunjung.

## **B. Pengolahan Data**

### **1. Hasil Ujicoba Penelitian**

Uji coba butir dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *product moment* yang dikembangkan oleh Pearson. Setelah dilakukan uji validitas item diperoleh koefisien korelasi (Persepsi Tentang Pelayanan) berkisar  $r_{hitung} = 0,760$  sedangkan  $r_{tabel}$  untuk  $n = 20$  dan  $\alpha = 0,05$  adalah  $0,444$  berarti  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , berarti data tersebut valid. Uji reliabilitas pada 45 butir pada skala persepsi tentang pelayanan sebesar  $0,962$ . Sedangkan untuk uji validitas item untuk skala ujicoba Kepuasan Pengunjung diperoleh koefisien korelasi  $r_{hitung} = 0,734$  sedangkan  $r_{tabel}$  untuk  $n = 20$  dan  $\alpha = 0,05$  adalah  $0,444$  berarti  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , berarti data tersebut valid.

Berikut adalah sebaran item hasil uji coba:

**Tabel 4.1**

**Sebaran item skala Persepsi Tentang Pelayanan setelah diujicobakan**

DIMENSI/ ASPEK	BUTIR PERNYATAAN		JUMLAH
	(+)	(-)	
<i>Reliability</i> (reliabilitas)	1,9, <b>22</b> ,25,29,31,34	42	8
<i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	<b>8</b> , 21, <b>30</b> ,	36,43,44	6
<i>Emphaty</i> (empati)	14,15	45	3
<i>Assurance</i> (jaminan)	10,11,16,19,20,23,3 3,	40	8
<i>Tangibles</i> (bukti langsung)	2,4,5,7,12,13,17,18, 24, <b>26</b> ,27,28, <b>32</b> ,35	3,6,37,38,39, <b>41</b>	20
Jumlah	33	12	45

Keterangan: angka bercetak tebal adalah item yang tidak sah

Setelah diketahui validitas item dan reliabilitas alat ukur, item-item skala Persepsi Tentang Pelayanan ini dilakukan penomoran kembali sebelum digunakan dalam penelitian. Berikut adalah sebaran item skala Persepsi Tentang Pelayanan yang digunakan dalam penelitian:

Tabel 4.2

Sebaran item sahih skala Persepsi Tentang Pelayanan setelah diujicobakan

DIMENSI/ ASPEK	BUTIR PERNYATAAN		JUMLAH
	(+)	(-)	
<i>Reliability</i> (reliabilitas)	1,8,21,24,28,33	32,34	8
<i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	20,25,29	35,	4
<i>Emphaty</i> (empati)	13,14,30,38	36	5
<i>Assurance</i> (jaminan)	9,10,15,18,19,22	37	8
<i>Tangibles</i> (bukti langsung)	2,4,5,7,11,12,16,17, 23,26,27	3,6,31	14
Jumlah	30	8	38

Tabel 4.3

Sebaran item-item skala Kepuasan Pengunjung Setelah diujicobakan

DIMENSI/ ASPEK	BUTIR PERNYATAAN		JUMLAH
	(+)	(-)	
<i>Expectation</i> (harapan)	7,8, <b>9</b> ,10,20, 24	35	7
<i>Performance</i> (kinerja)	3,4,5,6,13,16,17,18,19,27, 29,30, <b>31,33</b>	34,45,46	17
<i>Comparisme</i> (perbandingan)	15,25,36,37,38,	26,39,40	8
<i>Confirmation or disconfirmation</i> (penegasan)	1, <b>2</b> ,11,12, <b>14</b> , 28, <b>32</b> , 44	41	9
<i>Discrepancy</i> (ketidaksesuaian)	<b>42,43</b>	21, <b>22</b> ,23	5
Jumlah	35	11	46

Keterangan: angka bercetak tebal adalah item yang tidak sah

Setelah diketahui validitas item dan reliabilitas alat ukur, item-item skala Kepuasan Pengunjung ini dilakukan penomoran kembali sebelum digunakan dalam penelitian. Berikut adalah sebaran item skala Persepsi Tentang Pelayanan yang digunakan dalam penelitian:

**Tabel 4.4**

**Sebaran item sahih skala Kepuasan Pengunjung setelah diujicobakan**

DIMENSI/ ASPEK	BUTIR PERNYATAAN		JUMLAH
	(+)	(-)	
<i>Expectation</i> (harapan)	1,12,13,36,35,28	16,32	8
<i>Performance</i> (kinerja)	2,11,14,31,26	18,27	7
<i>Comparisme</i> (perbandingan)	3,10,15,30,29,21	19,34	8
<i>Confirmation or disconfirmation</i> (penegasan)	4,9,6,20,23	37,33	7
<i>Discrepancy</i> (ketidaksesuaian)	5,8,17,7,25,24	22,38	8
Jumlah	28	10	38

## 2. Pelaksanaan Penelitian

Pengambilan data diambil pada tanggal 14 Juli 2019 sampai 20 Juli 2019. Populasi pada penelitian ini adalah pengunjung kolam renang Tirtamas Modernland.

Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *probability sampling*, yaitu subyek yang kebetulan hadir dan dapat dijadikan sampel penelitian. Angket diberikan kepada pengunjung yang kebetulan hadir di kolam renang Tirtamas Modernland. Pembagian angket dibantu oleh staff kolam renang Tirtamas Modernland. Adapun skala yang disebar untuk penelitian ini yaitu sebanyak 38 butir pernyataan untuk skala item kepuasan pengunjung dan 38 butir pernyataan untuk skala item persepsi tentang pelayanan. Data penelitian yang diperoleh tersebut kemudian dilakukan analisis data.

### 1. Hasil Uji Asumsi

Sebelum dilakukan uji asumsi korelasi *product moment* dari Pearson untuk menguji hipotesis penelitian, peneliti melakukan uji asumsi. Uji asumsi meliputi uji normalitas dan uji linearitas.

#### a. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas diambil untuk mengetahui apakah sampel berasal dari populasi yang sama. Uji normalitas yang digunakan yaitu uji Lilliefors. Hasil pengujian dapat dilihat pada lampiran.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari perhitungan Excel 2013 diperoleh nilai  $L_{hitung}$  untuk variabel pelayanan sebesar 0,071 sedangkan untuk variabel kepuasan sebesar 0,132, dan nilai  $L_{tabel}$  pada taraf signifikansi 0,05 dengan sampel 30 diperoleh nilai 0,161, maka  $L_{hitung} < L_{tabel}$  ( $H_0$  diterima). Maka dapat dinyatakan bahwa variabel pelayanan dan variabel kepuasan berdistribusi normal.

#### b. Hasil Uji Linearitas

Uji linearitas berguna untuk menentukan apakah keeratan hubungan antar variabel searah atau tidak (linier atau tidak). Uji linearitas dilakukan dengan menggunakan uji anava. Arah tersebut menunjukkan hubungan linear antara variabel-variabel penelitian. Hubungan kedua variabel penelitian dikatakan linear jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ .

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari tabel di atas diperoleh nilai  $F_{hitung}$  untuk linieritas sebesar 1,658. Sedangkan  $F_{tabel}$  pada taraf signifikansi 0,05 dengan derajat pembilang 19 dan penyebut 9 diperoleh nilai sebesar 2,95, maka  $F_{hitung} < F_{tabel}$  ( $H_0$  diterima). Dari hasil tersebut dapat dinyatakan arah hubungan antara variabel pelayanan terhadap kepuasan adalah linier.

## 2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan teknik korelasi *product moment* dari *Pearson* karena data masing-masing variabel memenuhi syarat uji normalitas dan uji linearitas. Hasil analisis korelasi *Product Moment* menunjukkan adanya korelasi yang signifikan. Hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien korelasi antara persepsi tentang pelayanan dengan kepuasan konsumen sebesar  $r = 0,710$  ;  $p = 0,000$  ;  $p < 0,05$ . Hasil lengkapnya dapat dilihat pada lampiran. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat persepsi pelayanan maka semakin tinggi pula kepuasan pengunjung. Demikian pula sebaliknya semakin rendah persepsi tentang pelayanan maka semakin rendah pula tingkat kepuasan pengunjung.

### **C. Analisis Data**

Hasil analisis data, menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara persepsi tentang pelayanan dengan kepuasan pengunjung, artinya jika terjadi peningkatan pada satu variabel maka akan diikuti pula peningkatan variabel lainnya. Dalam hal ini, bila semakin tinggi variabel persepsi tentang pelayanan maka semakin tinggi pula variabel kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian ini, kepuasan sangat mungkin ditimbulkan oleh pengunjung karena adanya pelayanan yang baik. Perusahaan yang memperhatikan pengunjung pasti akan sangat peduli dan akan mempertahankan pelayanan yang baik. Dalam hal ini persepsi tentang

pelayanan memegang peran yang sangat penting karena hal ini akan sangat memengaruhi pengunjung dalam menentukan sikap dan pilihannya untuk tetap berkunjung atau tidak sama sekali.

Kepuasan pengunjung pada suatu kolam renang adalah faktor penting yang sangat memengaruhi keuntungan perusahaan. Pengunjung yang merasakan kepuasan cenderung untuk mengkonsentrasikan untuk mengunjungi kolam renang tersebut. Pengunjung yang memiliki kepuasan mengawalinya dengan proses pemilihan dengan alasan yang obyektif. Setelah beberapa kali terlibat pemilihan secara obyektif akan menimbulkan suatu ikatan emosional dengan pengunjung.

Apabila antara pengunjung dan perusahaan sudah tercipta hubungan harmonis yang saling menguntungkan maka perusahaan akan semakin termotivasi untuk lebih mengembangkan pelayanan dengan tujuan dapat mempertahankan pengunjungnya sekaligus meningkatkan kepuasannya.

Dari hasil penelitian ini ditunjukkan koefisien korelasi antara persepsi tentang pelayanan dengan kepuasan pengunjung sebesar  $r = 0,710$  ; dengan taraf signifikansi  $p = 0,000$  ; ( $p < 0,05$ ) menunjukkan hipotesis diterima, ini membuktikan bahwa persepsi tentang pelayanan mempunyai sumbangan yang cukup signifikan pada kepuasan pengunjung pada kolam renang. Menggunakan tes asumsi linearitas hubungan, diketahui bahwa jika F hitung (regresi) lebih besar dari harga F tabel pada taraf signifikansi 5%, maka

harga F hitung (regresi) signifikan, yang berarti (bermakna). Dalam hal ini, F hitung (regresi) 28,516, sedangkan F tabel untuk dk 1 : 28 (pembilang 1 dan penyebut = 28) untuk taraf signifikansi 4,20. Ini berarti harga F regresi > F tabel, sehingga hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima, dengan demikian F regresi adalah signifikan. Artinya terdapat hubungan fungsional yang signifikan antara variabel pelayanan dan kepuasan pengunjung.

