

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan suatu cara ilmiah yang bertujuan untuk mendapatkan, mengolah dan menganalisis data sesuai dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2017). Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis data deskriptif dan verifikatif. Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang menekankan analisis dengan metode statistik yang sesuai pada data numerik (angka) (Hardani et al., 2020). Sugiyono (2019) mendefinisikan metode kuantitatif sebagai metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan pengumpulan data melalui instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dan bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Analisis data deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan sebagaimana adanya tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau dengan tujuan generalisasi (Sugiyono, 2019). Sedangkan analisis data verifikatif adalah statistik yang digunakan untuk menguji teori dengan hipotesis yang dibuat guna menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu berupa kesimpulan apakah hipotesis tersebut diterima atau tidak (Sugiyono, 2019).

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan antara rentang waktu bulan Februari sampai Maret 2023 di salah satu hotel bintang 5 yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta yaitu Hyatt Regency Yogyakarta. Hyatt Regency Yogyakarta sendiri berlokasi di Jalan Palagan Tentara Pelajar, Panggung Sari, Sariharjo, Kec. Ngaglik, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55581. Subjek penelitian ditujukan kepada tamu yang pernah atau telah menginap di Hyatt Regency Yogyakarta.

3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2019) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek/objek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu untuk dipelajari serta ditarik kesimpulannya kemudian. Sehingga dapat diartikan populasi merupakan semua subjek atau objek yang terdapat pada lokasi penelitian yang sesuai dengan karakteristik yang akan diteliti. Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa populasi yang sesuai untuk diambil pada penelitian ini yaitu tamu yang pernah atau telah menginap di Hyatt Regency Yogyakarta.

Populasi penelitian diketahui dengan melakukan wawancara secara langsung kepada pihak manajemen hotel yaitu *Learning & Development Manager* dari Hyatt Regency Yogyakarta. Adapun hasil yang diperoleh yaitu pihak manajemen tidak bisa mempublikasi jumlah tamu yang pernah menginap, mengingat data tersebut bersifat rahasia (*confidential*). Namun, berdasarkan keterangan yang diperoleh bahwa jumlah tamu yang menginap setiap tahunnya di hotel bersifat fluktuatif dan jumlahnya sangat besar apabila diakumulasi dari sejak hotel beroperasi. Oleh sebab itu, pada penelitian ini populasi dianggap tidak diketahui.

3.3.2 Sampel

Pada penelitian kuantitatif, Sugiyono (2019) mengemukakan sampel adalah bagian dari keseluruhan kuantitas dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Pengambilan sampel dari populasi dilakukan jika suatu populasi memiliki ukuran yang besar, dan peneliti memiliki keterbatasan untuk mempelajari keseluruhan populasi karena adanya keterbatasan seperti dana, tenaga, waktu, data, hingga jumlah populasi yang besar. Adapun populasi pada penelitian ini bersifat tidak diketahui, oleh karena itu pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus *Unknown Population* (Riduwan & Kuncoro, 2012).

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

Z_{α} = Derajat koefisien dengan nilai 1,96

σ = Standar deviasi 0,25

e = *Sampling error* sebesar 5% atau 0,05

Maka jumlah sampel yang diambil adalah sebagai berikut.

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2$$

$$n = \left(\frac{(1,96)(0,25)}{0,05} \right)^2$$

$$n = 96,04 \approx 97 \text{ responden}$$

Berdasarkan perhitungan dengan rumus *Unknown Population* di atas, jumlah sampel yang didapat sebanyak 96,04 atau 97 responden setelah dibulatkan. Pada penelitian ini penulis menentukan jumlah sampel yang diperlukan sebanyak 100 responden. Jumlah tersebut sesuai dengan pernyataan Frankel & Wallen dalam Amiyani (2016) yang menyarankan bahwa besar sampel minimum untuk penelitian yaitu sebanyak 100 sudah mewakili populasi.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah cara pengambilan sebagian dari populasi yang jumlahnya besar atau bahkan tak terhitung dengan sedemikian rupa sehingga dapat menggeneralisasi atau mewakili populasi yang ada (Sumargo, 2020). Terdapat dua metode dasar untuk menentukan sampel, yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling* (Kusmayadi, 2004). Adapun penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* sebagaimana dijelaskan oleh Kusmayadi (2004) yaitu teknik pengambilan sampel di mana setiap elemen populasinya tidak memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel.

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan menetapkan sampel sesuai dengan tujuan dari penelitian (Sugiyono, 2017). Tujuan yang di maksud yaitu sampel dipilih sesuai dengan kriteria khusus yang telah ditentukan, yaitu:

1. Rentang usia antara remaja akhir sampai lansia akhir (17 – 65 tahun);
2. Pernah atau telah menginap di Hyatt Regency Yogyakarta.

Oleh sebab itu, teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling* sesuai untuk digunakan pada penelitian, dengan harapan sampel yang dipilih sebagai responden sesuai dengan kebutuhan penelitian.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Kualitas data hasil penelitian dipengaruhi oleh dua hal yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data (Sugiyono, 2017). Kualitas instrumen penelitian dilihat dari hasil validitas dan reliabilitasnya, sedangkan penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data di antaranya sebagai berikut.

1. Observasi

Observasi umumnya digunakan untuk menilai kinerja, sikap, minat, nilai terhadap masalah dan situasi dari responden (Hardani et al., 2020). Sugiyono, (2017) juga mengemukakan teknik pengumpulan data dengan observasi dilakukan jika penelitian berhubungan dengan perilaku manusia dan proses kerja. Observasi secara langsung dilakukan dengan meninjau dan mengamati objek penelitian yaitu Hyatt Regency Yogyakarta yang ada kaitannya dengan variabel penelitian. Sedangkan observasi secara tidak langsung dilakukan dengan meninjau dan membaca ulasan dari berbagai sumber yang berhubungan dengan variabel penelitian.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberikan seperangkat pernyataan atau pertanyaan secara tertulis kepada responden (Sugiyono, 2017). Perangkat ini dinilai sangat membantu dalam mengukur dan menyederhanakan sikap serta perilaku responden (Hardani et al., 2020). Kuesioner dalam bentuk *google form* disebarikan kepada responden melalui *QR code* yang dipublikasikan langsung di lokasi penelitian dan disebarikan secara daring melalui media sosial, yaitu instagram.

3. Studi Kepustakaan

Sugiyono (2017) mengemukakan tentang studi kepustakaan yaitu berkaitan dengan kajian secara teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan penelitian. Pada penelitian ini, studi kepustakaan dilakukan dengan mempelajari hal-hal yang berkaitan dengan penelitian melalui buku, media *online*, artikel jurnal dan referensi-referensi lain untuk memberikan gambaran yang berkaitan dengan penelitian yaitu tentang citra merek, kepercayaan merek, keputusan menginap, dan kepuasan tamu.

3.5 Operasional Variabel

Menurut Kusmayadi (2004) variabel adalah suatu konsep yang mempunyai variasi nilai. Sedangkan menurut Sugiyono (2019) berpendapat variabel adalah suatu nilai atau atribut atau sifat seseorang, objek, atau aktivitas yang memiliki variasi tertentu yang telah ditentukan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Suatu variabel perlu untuk diidentifikasi, diklasifikasi, dan didefinisi melalui operasional yang tegas dan jelas untuk mencapai maksud dan tujuan dari penelitian (Hardani et al., 2020).

Pada penelitian ini terdapat empat variabel yang diteliti, yaitu citra merek (X_1), kepercayaan merek (X_2), keputusan menginap (Y), dan kepuasan tamu (Z). Adapun operasional variabel dari keempat variabel tersebut tersaji pada tabel di bawah ini.

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Dimensi	Konsep	Indikator	Skala	NI
Citra Merek (X_1)				
Kekuatan Asosiasi Merek	Asosiasi merek akan semakin kuat saat tamu mudah untuk mengingatnya.	Merek hotel yang mudah diingat.	Likert	1
		Logo merek hotel yang mudah dikenali.	Likert	2
		Merek hotel yang mudah dijumpai.	Likert	3
Keunggulan Asosiasi Merek	Penilaian positif secara keseluruhan terhadap merek.	Produk dari merek hotel yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan tamu.	Likert	4
		Informasi tentang merek hotel didapatkan dengan mudah.	Likert	5
		Merek hotel yang digemari.	Likert	6
Keunikan Asosiasi Merek	Keunikan merek yang bersifat kompetitif dan berkelanjutan.	Bentuk bangunan hotel yang unik berbeda dengan hotel lain.	Likert	7
		Memiliki ciri khas yang membedakan dengan hotel lainnya.	Likert	8
		Hotel menyediakan berbagai aktivitas rekreasi yang beragam selama menginap.	Likert	9

Kepercayaan Merek (X₂)				
Keandalan Merek	Keyakinan tamu bahwa merek dapat memberikan nilai yang dijanjikan.	Merek hotel dapat dipercaya.	Likert	10
		Merek hotel yang berkualitas.	Likert	11
		Merek hotel dapat menjamin kepuasan tamu.	Likert	12
Intensi Merek	Kepercayaan tamu bahwa merek akan mengutamakan kepentingan tamu.	Merek hotel mampu bertanggung jawab terkait produk yang ditawarkannya.	Likert	13
		Merek hotel akan responsif terkait keluhan tamu yang menginap.	Likert	14
		Merek hotel memberikan rasa aman dan tenang.	Likert	15
Keputusan Menginap (Y)				
Pilihan Produk	Keputusan menginap berdasarkan kebutuhan produk.	Pilihan kamar hotel yang ditawarkan sangat beragam.	Likert	16
		Fasilitas yang tersedia sangat lengkap.	Likert	17
		Memiliki aktivitas rekreasi yang beragam.	Likert	18
Pilihan Merek	Keputusan menginap berdasarkan merek yang akan dipilih.	Merek hotel memiliki citra yang positif sebagai hotel bintang 5.	Likert	19
		Merek hotel sudah terkenal/populer.	Likert	20
		Merek hotel memiliki kualitas yang dapat dipercaya.	Likert	21
Pilihan Penyalur	Keputusan pembelian berdasarkan lokasi, harga, hingga media pemesanan.	Lokasi hotel strategis yang mudah untuk diakses.	Likert	22
		Hotel memiliki media pemesanan yang beragam.	Likert	23
		Harga yang ditawarkan lebih menguntungkan.	Likert	24
Jumlah Pembelian	Keputusan menginap berdasarkan jumlah pemesanan kamar dan	Lama menginap (<i>length of stay</i>) di hotel sesuai kebutuhan.	Likert	25
		Hotel memadai untuk pemesanan lebih dari satu kamar.	Likert	26

	lama menginap.			
Waktu Pembelian	Keputusan menginap berdasarkan pilihan waktu.	Waktu menginap pada saat liburan.	Likert	27
		Waktu menginap pada saat ada promosi.	Likert	28
Kepuasan Tamu (Z)				
Kepuasan Keseluruhan	Evaluasi keseluruhan tamu terhadap pengalaman selama menginap.	Merasa puas saat menginap di merek hotel.	Likert	29
Konfirmasi Harapan	Tingkat kesesuaian antara kinerja dengan ekspektasi.	Kualitas yang diberikan selama menginap sesuai harapan.	Likert	30
Perbandingan Situasi Ideal	Produk ideal menurut persepsi konsumen.	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang diberikan.	Likert	31
		Promosi yang dilakukan merek hotel sesuai kenyataan.	Likert	32

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

3.6 Instrumen Penelitian

Kualitas instrumen penelitian yang digunakan akan mempengaruhi hasil penelitian. Instrumen penelitian adalah alat untuk mengukur nilai variabel yang diteliti untuk memperoleh data pendukung dalam penelitian, pada penelitian ini yaitu kuesioner. Kuesioner dinyatakan layak sebagai alat pengumpulan data apabila telah memenuhi kriteria valid dan reliabel.

3.6.1 Uji Validitas

Sugiyono (2017) menjelaskan bahwa hasil penelitian yang valid adalah jika terdapat kesamaan antara data yang didapatkan dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian yang diteliti. Jika objek berwarna merah, sedangkan data yang didapatkan menunjukkan warna putih dengan begitu hasil penelitian tidak

valid, begitu pun sebaliknya. Instrumen yang valid artinya alat ukur yang digunakan untuk mengumpulkan data tersebut valid. Valid artinya instrumen tersebut bisa digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Adapun untuk menentukan validitas instrumen dapat menggunakan teknik korelasi *product moment* seperti di bawah ini.

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

r = Koefisien validitas

X = Skor suatu item

Y = Skor total

N = Jumlah responden

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum XY$ = Jumlah kali distribusi X dan distribusi Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas menggunakan ketentuan sebagai berikut.

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

Uji validitas pada setiap item instrumen dilakukan menggunakan program IBM SPSS (*Statiscal Product & Service Solution*) *Statisticts* versi 26 dengan tahapan sebagai berikut.

1. Buat tabulasi data dari setiap item variabel.
2. Pindahkan hasil tabulasi data pada *Data View*.
3. Buka menu *Analyze – Correlate – Bivariate*.
4. Pilih semua item dan masukkan pada kotak *Variables*.
5. Pastikan *Pearson, Two-tailed, dan Flag significant correlations* aktif.
6. Klik *Ok*, maka hasil uji validitas akan keluar.

Apabila koefisien antara setiap poin instrumen (item) memperoleh nilai total sama atau di atas 0,3 maka dinyatakan valid, namun jika nilai korelasinya di bawah

0,3 maka harus diperbaiki sebab dianggap tidak valid (Sugiyono, 2017). Adapun uji coba dilakukan dengan jumlah sampel yang digunakan dalam uji validitas instrumen ini berjumlah 30 responden, dengan besaran r_{hitung} dibandingkan dengan besaran r_{tabel} yang mengacu pada df (*degree of freedom*) = $n - 2$ dan nilai signifikansi sebesar $0,05 = 5\%$. Mengacu pada rumus $df = n - 2$, $df = 30 - 2 = 28$, sehingga nilai r_{tabel} diperoleh sebesar 0,361. Berikut di bawah ini adalah hasil uji validitas instrumen yang telah dilakukan.

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas

No	Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Citra Merek (X₁)				
1	Saya dapat dengan mudah mengingat Hyatt Regency Yogyakarta sebagai salah satu merek hotel terbaik di DIY.	0,651	0,361	Valid
2	Saya dapat dengan mudah mengenali logo Hyatt Regency Yogyakarta.	0,676	0,361	Valid
3	Saya merasa hotel Hyatt sudah terkenal karena mudah dijumpai di berbagai kota besar.	0,594	0,361	Valid
4	Saya menganggap Hyatt Regency Yogyakarta dapat memenuhi kebutuhan saya selama menginap.	0,786	0,361	Valid
5	Saya dapat memperoleh informasi tentang Hyatt Regency Yogyakarta dengan mudah.	0,774	0,361	Valid
6	Hyatt Regency Yogyakarta merupakan hotel yang saya sukai sebagai tempat menginap.	0,743	0,361	Valid
7	Saya merasa bentuk bangunan Hyatt Regency Yogyakarta yang menyerupai Candi Borobudur sangat unik dan berbeda dengan hotel lain.	0,607	0,361	Valid
8	Saya merasa lapangan golf <i>9 hole</i> yang membedakan Hyatt Regency Yogyakarta dengan hotel lain.	0,778	0,361	Valid
9	Hyatt Regency Yogyakarta menyediakan berbagai aktivitas rekreasi yang beragam selama menginap.	0,850	0,361	Valid

Kepercayaan Merek (X₂)				
10	Saya percaya terhadap merek hotel Hyatt Regency Yogyakarta.	0,790	0,361	Valid
11	Saya yakin bahwa Hyatt Regency Yogyakarta merupakan hotel yang memiliki kualitas.	0,770	0,361	Valid
12	Saya pasti akan merasa puas ketika menginap di Hyatt Regency Yogyakarta.	0,728	0,361	Valid
13	Saya percaya Hyatt Regency Yogyakarta mampu untuk bertanggung jawab terkait produk yang ditawarkannya.	0,772	0,361	Valid
14	Saya yakin pada ketanggapan Hyatt Regency Yogyakarta dalam menangani keluhan tamu yang menginap.	0,637	0,361	Valid
15	Saya akan merasa aman dan tenang ketika menginap di Hyatt Regency Yogyakarta.	0,850	0,361	Valid
Keputusan Menginap (Y)				
16	Saya memutuskan untuk menginap di Hyatt Regency Yogyakarta karena pilihan kamar hotel yang ditawarkan sangat beragam.	0,733	0,361	Valid
17	Saya memutuskan untuk menginap di Hyatt Regency Yogyakarta karena fasilitas yang ditawarkan sangat lengkap.	0,663	0,361	Valid
18	Saya memutuskan untuk menginap di Hyatt Regency Yogyakarta karena aktivitas rekreasi yang tersedia beragam.	0,524	0,361	Valid
19	Saya memilih Hyatt Regency Yogyakarta karena memiliki citra yang positif sebagai hotel bintang 5.	0,808	0,361	Valid
20	Saya memilih Hyatt Regency Yogyakarta karena sudah terkenal/populer.	0,649	0,361	Valid

21	Saya memilih Hyatt Regency Yogyakarta karena kualitasnya yang dapat dipercaya.	0,654	0,361	Valid
22	Saya menginap di Hyatt Regency Yogyakarta karena terletak di lokasi strategis yang mudah untuk diakses.	0,758	0,361	Valid
23	Saya menginap di Hyatt Regency Yogyakarta karena memiliki media pemesanan/ <i>reservasi</i> yang beragam.	0,613	0,361	Valid
24	Saya menginap di Hyatt Regency Yogyakarta karena harga yang ditawarkan sesuai.	0,478	0,361	Valid
25	Saya memilih Hyatt Regency Yogyakarta karena akan menginap lebih dari satu malam.	0,429	0,361	Valid
26	Saya memilih Hyatt Regency Yogyakarta karena akan memesan lebih dari satu kamar.	0,607	0,361	Valid
27	Saya memutuskan untuk menginap di Hyatt Regency Yogyakarta saat liburan.	0,425	0,361	Valid
28	Saya memutuskan untuk menginap di Hyatt Regency Yogyakarta saat ada promosi.	0,734	0,361	Valid
Kepuasan Tamu (Z)				
29	Saya merasa puas selama menginap di Hyatt Regency Yogyakarta.	0,792	0,361	Valid
30	Saya merasa kualitas produk yang diberikan selama menginap di Hyatt Regency Yogyakarta sesuai harapan.	0,882	0,361	Valid
31	Saya menilai harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang diberikan Hyatt Regency Yogyakarta.	0,673	0,361	Valid
32	Saya merasa promosi yang dilakukan Hyatt Regency Yogyakarta sesuai kenyataan.	0,784	0,361	Valid

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Berdasarkan pengujian validitas di atas menunjukkan bahwa secara keseluruhan item pernyataan dinyatakan valid dan tidak ada item yang dibuang dari angket ($r_{hitung} > r_{tabel}$). Sehingga seluruh item pernyataan tersebut dapat digunakan untuk melanjutkan ke proses penelitian selanjutnya.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu ukuran guna mengetahui apakah sebuah instrumen dapat diandalkan sebagai alat pengumpulan data atau tidak. Sugiyono (2017) menjelaskan bahwa penelitian yang reliabel adalah jika terdapat kesamaan data pada waktu yang berbeda. Instrumen yang reliabel adalah jika kemarin dalam objek berwarna merah, maka sekarang dan besok harus tetap berwarna merah, atau dapat dikatakan data yang dihasilkan akan tetap sama meski digunakan beberapa kali. Berikut di bawah ini adalah rumus yang digunakan pada uji reliabilitas (Sugiyono, 2017).

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) - \left(1 - \frac{\sum si^2}{sx^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = Koefisien reliabilitas

k = Banyaknya butir item

1 = Bilangan konstan

$\sum si^2$ = Jumlah varian butir item

sx^2 = Varian total

Menurut Kaplan & Saccuzzo (1993) koefisien reliabilitas dinyatakan reliabel jika kelompok item tidak lebih rendah dari 0,70 pada suatu dimensi. Oleh karena itu, dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas menggunakan ketentuan sebagai berikut.

- 1) Jika *Cronbach's Alpha* > atau 0,7 maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel.
- 2) Jika *Cronbach's Alpha* < 0,7 maka instrumen tersebut dinyatakan tidak reliabel.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *Cronbach's Alpha* (α) melalui program IBM SPSS (*Statistical Product & Service Solution*) *Statisticts* versi 26 dengan tahapan sebagai berikut.

1. Buat tabulasi data dari setiap item variabel.
2. Pindahkan hasil tabulasi data pada *Data View*.
3. Buka menu *Analyze – Scale – Reliability Analysis*.
4. Pilih semua item dan masukkan pada kotak *Items*.
5. Buka *Statistics*, lalu pada *Descriptives for* centang *Scale if item deleted* dan klik *Continue*.
6. Klik *Ok*, maka hasil uji reliabilitas akan keluar.

Adapun hasil yang diperoleh sebagaimana hasil perhitungan uji reliabilitas terhadap item yang diteliti adalah sebagai berikut.

Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Total Item	$C\alpha_{hitung}$	$C\alpha_{minimal}$	Kesimpulan
1	Citra Merek (X_1)	8	0,884	0,70	Reliabel
2	Kepercayaan Merek (X_2)	6	0,843	0,70	Reliabel
3	Keputusan Menginap (Y)	13	0,850	0,70	Reliabel
4	Kepuasan Tamu (Z)	4	0,790	0,70	Reliabel

Sumber: Diolah Penulis (2023)

Berdasarkan hasil pada Tabel 3.3, dapat disimpulkan bahwa semua variabel pada penelitian ini memenuhi kriteria reliabilitas. Semua variabel menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,70, yang mengindikasikan bahwa variabel-variabel tersebut memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi. Dengan kata lain, variabel-variabel dalam penelitian ini dianggap dapat diandalkan atau dipercaya untuk dilanjutkan pada proses penelitian selanjutnya.

3.7 Teknik Analisis Data

Pada penelitian kuantitatif, analisis data digunakan untuk mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2019). Adapun penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis verifikatif untuk menggambarkan dan menjawab rumusan masalah yang ada.

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk menggambarkan tanggapan dan persepsi tamu mengenai variabel penelitian yaitu citra merek (X_1), kepercayaan merek (X_2), keputusan menginap (Y), dan kepuasan tamu (Z) dengan menganalisis data yang diperoleh melalui kuesioner. Analisis deskriptif digunakan untuk mengolah hasil data berupa tabulasi data agar dapat disajikan secara singkat dan mudah dipahami.

Skala penelitian yang digunakan yaitu skala *likert* untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi individu atau kelompok mengenai fenomena sosial (Sugiyono, 2017). Setiap item pada kuesioner memiliki 5 (lima) jawaban dengan bobot yang berbeda beda, berikut di bawah ini adalah interpretasi dari pembobotan nilai pada skala *likert*.

Tabel 3.4 Interpretasi Nilai Skala Likert

Interpretasi	Bobot Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2017)

Tabel 3.4 menunjukkan interpretasi nilai dari setiap jawaban yang digunakan pada setiap item pada kuesioner. Pemberian interpretasi akan mempermudah responden saat menjawab pertanyaan melalui kuesioner. Analisis deskriptif digunakan untuk mencari tahu tanggapan dan persepsi responden atas variabel independen, intervening, dan dependen melalui proses klasifikasi berdasarkan jumlah skor yang diperoleh responden. Klasifikasi dilakukan dengan mengukur variabel melalui garis kontinum. Garis kontinum ditentukan dengan menghitung nilai jenjang interval berdasarkan pilihan nilai tertinggi, pilihan nilai terendah, dan jumlah kriteria jawaban.

Pada pembuatan skala interval, dapat dilakukan sebagai berikut.

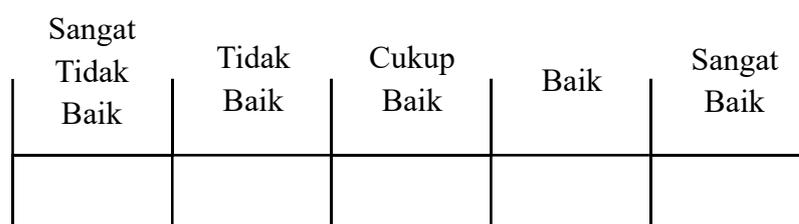
$$\text{Nilai Jenjang Interval} = \frac{\text{Nilai Indeks Maksimum} - \text{Nilai Indeks Minimum}}{\sum \text{Kriteria Jawaban}}$$

Adapun nilai indeks maksimum dan nilai indeks minimum ditentukan melalui persamaan berikut.

$$\text{Nilai Indeks Maksimum} = \frac{\text{Skor Interval Maksimum} \times \text{Jumlah Item}}{\text{Jumlah Responden}}$$

$$\text{Nilai Indeks Minimum} = \frac{\text{Skor Interval Minimum} \times \text{Jumlah Item}}{\text{Jumlah Responden}}$$

Sehingga dapat ditentukan kategori skala pada garis kontinum sebagai berikut.



Gambar 3.1 Garis Kontinum

Sumber: Sugiyono (2017)

3.7.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif digunakan untuk menguji teori dengan suatu hipotesis untuk menghasilkan informasi ilmiah atau analisis ini digunakan untuk menguji kebenaran suatu hipotesis dengan mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Berdasarkan hipotesis pada penelitian ini, analisis yang digunakan pada penelitian yaitu dengan menggunakan analisis jalur (*path analysis*) sebab variabel independen tidak secara langsung mempengaruhi variabel dependen.

3.7.2.1 Method of Successive Interval (MSI)

Hasil yang diperoleh pada penelitian ini menggunakan bentuk skala ordinal. mengingat pengolahan data pada penelitian menggunakan metode analisis regresi linier berganda, maka perlu melakukan konversi dari skala ordinal menjadi skala interval. Adapun teknik yang digunakan dalam mengonversi skala pada data yaitu teknik *Method of Successive Interval* (MSI) dengan tahapan sebagai berikut.

1. Menghitung frekuensi (f) tiap interpretasi jawaban pada tiap item sesuai hasil kuesioner yang dibagikan.

2. Berdasarkan hasil frekuensi dari tiap item, dilakukan perhitungan proporsi (p) dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
3. Melakukan perhitungan proporsi kumulatif dari tiap pilihan jawaban.
4. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
5. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban dengan menggunakan persamaan *Scale Value* (SV) berikut.

$$SV = \frac{(\text{density at lower limit}) - (\text{density at upper limit})}{(\text{area under upper limit}) - (\text{area under lower limit})}$$

6. Menghitung skor hasil transformasi untuk setiap pilihan jawaban dengan rumus sebagai berikut.

$$y = sv + [k]$$

$$k = 1[SVmin]$$

Pengolahan data yang dilakukan selanjutnya yaitu dengan menggunakan program Microsoft Office Excel 2019 untuk memberikan kemudahan pada proses konversi data dari skala ordinal menjadi skala interval.

3.7.2.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik diperlukan sebelum analisis jalur untuk memastikan apakah model terbebas dari masalah normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian mengenai kenormalan distribusi data. Tujuan dari uji normalitas data adalah untuk mengetahui apakah data yang diuji tersebut berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas adalah bagian dari uji persyaratan analisis uji asumsi dasar. Adapun uji normalitas data yang dilakukan pada penelitian menggunakan uji *kolmogorov smirnov*. Pengambilan keputusan pada uji normalitas adalah berdasarkan probabilitas yaitu sebagai berikut.

- a. Jika probabilitas > 0,05 maka distribusi dari populasi normal.
- b. Jika probabilitas < 0,05 maka populasi tidak distribusi dengan normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak ortogonal. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas, dapat dilihat dari *Value Inflation Factor* (VIF) dan nilai *Tolerance* melalui pengambilan keputusan berikut.

- a. Jika *Tolerance* $< 0,10$ dan *VIF* > 10 , maka terjadi multikolinearitas.
- b. Jika *Tolerance* $> 0,10$ dan *VIF* < 10 , maka tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu melalui grafik *scatterplot* dengan melihat pola persebarannya. Penelitian yang baik adalah penelitian yang tidak terdapat heteroskedastisitas dengan data pada *scatterplot* yang menyebar tanpa membentuk pola tertentu.

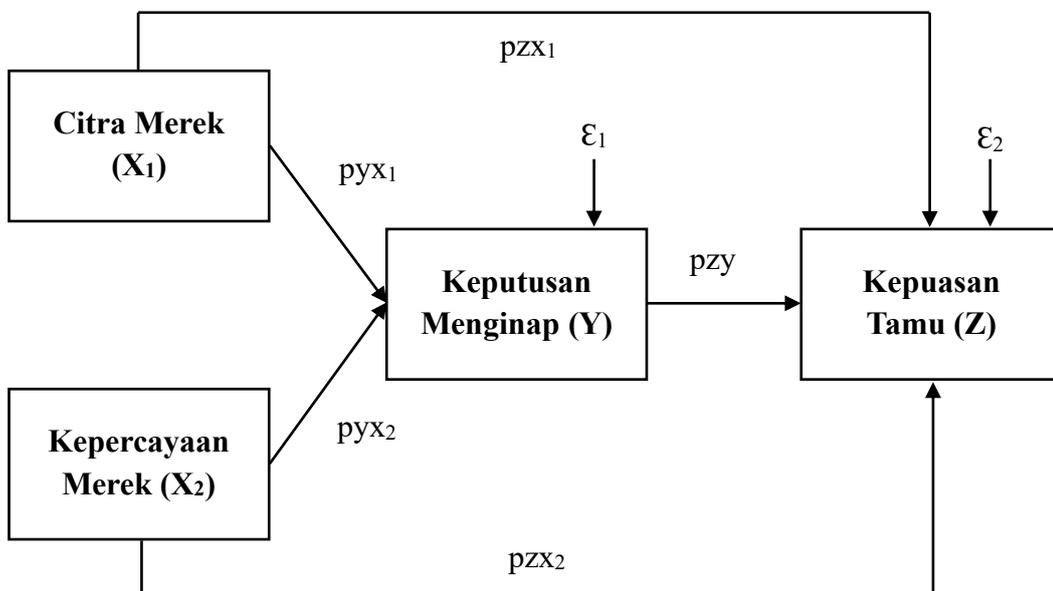
3.7.2.3 Analisis Jalur

Analisis jalur (*path analysis*) merupakan perluasan dari analisis regresi linier berganda yang bertujuan untuk memperlihatkan akibat langsung dan tidak langsung dari beberapa variabel sebagai variabel penyebab terhadap beberapa variabel lainnya sebagai variabel akibat. Riduwan & Kuncoro (2012) menjelaskan pada dasarnya koefisien jalur adalah koefisien regresi yang distandarkan (*standardized coefficient*) yang digunakan untuk menjelaskan besarnya pengaruh (bukan memprediksi) variabel independen (eksogen) terhadap variabel dependen (endogen).

Pada dasarnya, langkah-langkah analisis dengan menggunakan analisis jalur dilakukan sebagai berikut (Riduwan & Kuncoro, 2012).

1. Merumuskan persamaan struktural.
2. Menghitung koefisien jalur yang didasarkan pada koefisien regresi.
 - a. Buat diagram jalur lengkap.
 - b. Hitung koefisien regresi untuk setiap sub struktur yang telah dirumuskan.
3. Menghitung koefisien jalur secara simultan (keseluruhan).
4. Menghitung secara parsial (individu).
5. Menguji kesesuaian antara model analisis jalur.
6. Merangkum ke dalam tabel.
7. Memaknai dan menyimpulkan.

Penelitian ini menggunakan model diagram jalur (*path diagram*) sebagai alat untuk menggambarkan hubungan kausalitas antar variabel eksogen, intervening, dan endogen. Model diagram jalur dibuat berdasarkan variabel yang diteliti, sehingga pada penelitian ini variabel citra merek (X_1), kepercayaan merek (X_2), keputusan menginap (Y), dan kepuasan tamu (Z) digunakan sebagai dasar. Adapun model analisis jalur pada penelitian ini digambarkan sebagai berikut.



Gambar 3.2 Diagram Analisis Jalur

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Keterangan:

X_1 = Citra Merek

X_2 = Kepercayaan Merek

Y = Keputusan Menginap

Z = Kepuasan Tamu

$r_{X_1X_2}$ = koefisien korelasi antara variabel eksogen

py_{X_1} = koefisien jalur citra merek terhadap keputusan menginap

py_{X_2} = koefisien jalur kepercayaan merek terhadap keputusan menginap

pzy = koefisien jalur keputusan menginap terhadap kepuasan tamu

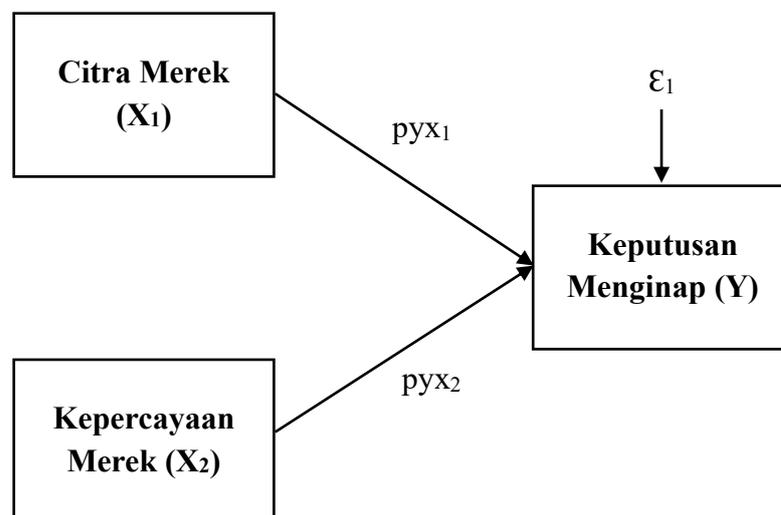
pzx_1 = koefisien jalur citra merek terhadap kepuasan tamu

pzx_2 = koefisien jalur kepercayaan merek terhadap kepuasan tamu

ε = koefisien variabel residu ($\varepsilon = \sqrt{1 - R^2}$)

Gambar 3.2 mengilustrasikan analisis jalur pada penelitian ini di mana terdapat dua persamaan struktural atau sub struktur. Model analisis jalur sebagaimana disajikan pada Gambar 3.2 dapat juga disajikan dalam bentuk persamaan struktural. Adapun model persamaan struktural pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

Persamaan Jalur Sub Struktur 1



Gambar 3.3 Model Sub Struktur 1: Hubungan X_1 dan X_2 terhadap Y

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Berdasarkan Gambar 3.3, dapat diambil persamaan sebagai berikut.

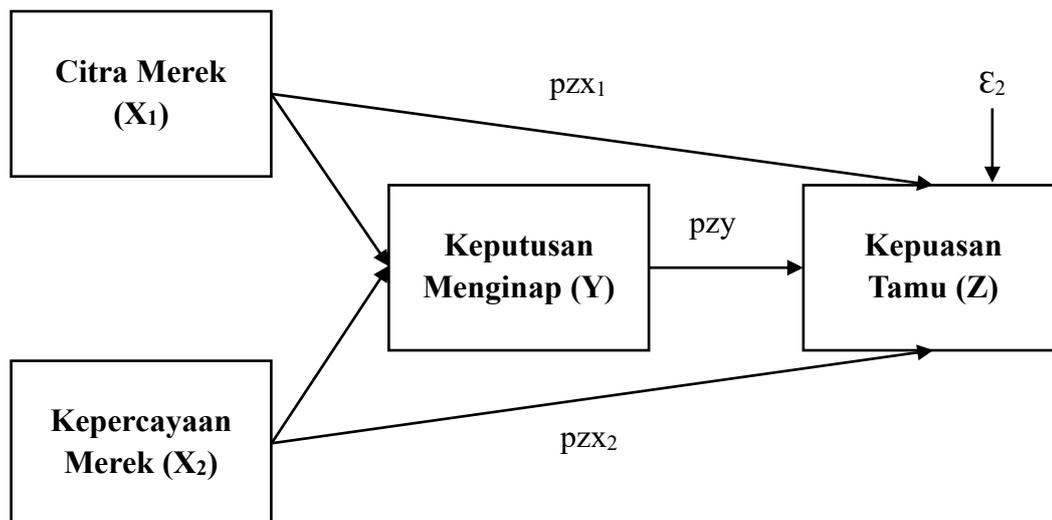
$$Y = py_{X_1}X_1 + py_{X_2}X_2 + \varepsilon_1$$

Tubagus Herdi Ramdani, 2023

PENGARUH CITRA DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUASAN TAMU DI HYATT REGENCY Yogyakarta

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Persamaan Jalur Sub Struktur 2



Gambar 3.4 Model Sub Struktur 2: Hubungan X₁, X₂, dan Y terhadap Z

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Berdasarkan Gambar 3.4, dapat diambil persamaan sebagai berikut.

$$Z = pzx_1X_1 + pzx_2X_2 + pzyY + \epsilon_2$$

Analisis jalur digunakan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel. Pengaruh langsung terjadi saat variabel eksogen mempengaruhi variabel endogen tanpa melalui variabel endogen lainnya, sedangkan pengaruh tidak langsung terjadi saat variabel eksogen mempengaruhi variabel endogen melalui variabel lain yang disebut variabel intervening. Adapun pengaruh langsung dan tidak langsung disajikan pada persamaan struktural berikut.

Penelitian ini menggunakan program IBM SPSS (*Statistical Product & Service Solution*) *Statistics* versi 26 untuk menjalankan analisis jalur dengan tahapan sebagai berikut.

1. Buat tabulasi data sesuai item pada variabel penelitian yaitu X₁, X₂, Y, dan Z.
2. Pindahkan hasil tabulasi data pada *Data View*.
3. Buka menu *Analyze – Regression – Linear*.
4. Isi kotak *Independent (s)* dan *Dependent* sesuai dengan variabel pada persamaan jalur sub struktur.
5. Klik *Ok*, maka hasil analisis jalur akan keluar.

3.7.2.4 Model Dekomposisi Pengaruh Antar Variabel

Model dekomposisi merupakan model yang lebih terfokus pada pengaruh yang bersifat kausalitas antar variabel, baik berupa pengaruh langsung maupun pengaruh tidak langsung pada model struktural analisis jalur (Riduwan & Kuncoro, 2012). Sedangkan hubungan yang bersifat non kausalitas atau hubungan korelasi antar variabel eksogen tidak termasuk dalam model dekomposisi.

Riduwan & Kuncoro (2012) menjelaskan bahwa perhitungan pada model dekomposisi berdasarkan analisis jalur dibedakan menjadi tiga sebagai berikut.

1. *Direct causal effect* (Pengaruh Kausal Langsung = PKL) yaitu pengaruh satu variabel eksogen terhadap variabel endogen yang terjadi tanpa adanya variabel antara. Pengaruh tersebut tersaji lebih sederhana melalui persamaan berikut.

$$X_1 \rightarrow Y = pyx_1$$

$$X_2 \rightarrow Y = pyx_2$$

$$Y \rightarrow Z = pzy$$

Indirect causal effect (Pengaruh Kausal Tidak Langsung = PKTL) yaitu pengaruh satu variabel eksogen terhadap variabel endogen yang terjadi melalui variabel antara yang terdapat dalam satu model struktural yang sedang dianalisis. Pengaruh tersebut tersaji lebih sederhana melalui persamaan berikut.

$$X \rightarrow Y \rightarrow Z = (pyx)(pzy)$$

2. *Total causal effect* (Pengaruh Kausal Total = PKT) yaitu jumlah dari pengaruh kausal langsung dan pengaruh kausal tidak langsung. . Pengaruh tersebut tersaji lebih sederhana melalui persamaan berikut.

$$PKT = PKL + PKTL$$

3.8 Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah cara pengambilan keputusan berdasarkan hasil dari analisis data dengan menggunakan metode statistik sehingga memunculkan kesimpulan mengenai dugaan yang dapat diterima atau ditolak. Penelitian ini melakukan uji hipotesis untuk mencari tahu apakah terdapat pengaruh atau tidak antara citra merek, kepercayaan merek, terhadap keputusan menginap, serta dampaknya pada kepuasan tamu.

3.8.1 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Menurut Sugiyono (2017) uji t merupakan cara yang dilakukan untuk menguji hipotesis secara parsial dengan mengetes pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t dilakukan dengan melakukan perbandingan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} untuk mengetahui signifikansi pengaruh antar variabel secara parsial atau individual. Penelitian ini menggunakan program IBM SPSS (*Statiscal Product & Service Solution*) *Statisticts* versi 26 untuk melakukan uji t melalui persamaan sebagai berikut.

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi sederhana

n = Banyaknya responden

Untuk menunjukkan signifikansi pada uji t dilakukan perbandingan nilai pada tabel distribusi t dengan signifikansi sebesar 5% dan derajat bebas (*degree of freedom*) $df = n - k$. Adapun kriteria pengambilan keputusan Uji t adalah sebagai berikut.

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (signifikan).
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak signifikan).

Di bawah ini merupakan pengujian hipotesis yang dilakukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Pengaruh citra merek (X_1) terhadap keputusan menginap (Y).
 - H_0 : Citra merek (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap (Y).
 - H_a : Citra merek (X_1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap (Y).
2. Pengaruh kepercayaan merek (X_2) terhadap keputusan menginap (Y).
 - H_0 : Kepercayaan merek (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap (Y).
 - H_a : Kepercayaan merek (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap (Y).

3. Pengaruh citra merek (X_1) terhadap kepuasan tamu (Z).
 H_0 : Citra merek (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu (Z).
 H_a : Citra merek (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu (Z).
4. Pengaruh kepercayaan merek (X_2) terhadap kepuasan tamu (Z).
 H_0 : Kepercayaan merek (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu (Z).
 H_a : Kepercayaan merek (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu (Z).
5. Pengaruh keputusan menginap (Y) terhadap kepuasan tamu (Z).
 H_0 : Keputusan menginap (Y) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu (Z).
 H_a : Keputusan menginap (Y) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu (Z).

3.8.2 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji hipotesis simultan digunakan untuk pengujian hipotesis pertama. Uji F pada dasarnya digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen. Penelitian ini terdiri dari citra dan kepercayaan merek sebagai variabel independen, keputusan menginap sebagai variabel intervening, dan kepuasan tamu sebagai variabel dependen. Penelitian ini menggunakan program IBM SPSS (*Statistical Product & Service Solution*) *Statistics* versi 26 untuk melakukan uji F dengan persamaan sebagai berikut.

$$F = \frac{R^2/K}{(1 - R^2)(n - K - 1)}$$

Keterangan:

F = Nilai Uji F

R = Koefisien korelasi berganda

K = Jumlah variabel independen

n = Banyaknya responden

Untuk menunjukkan signifikansi pada uji F dilakukan perbandingan nilai pada tabel distribusi F dengan $\alpha = 0,05$ dan derajat bebas (*degree of freedom*) ($N2 = k - 1$; $N2 = n - k$). Adapun kriteria pengambilan keputusan uji F adalah sebagai berikut.

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (signifikan).
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak signifikan).

Di bawah ini adalah rancangan hipotesis simultan (uji F) yang digunakan pada penelitian ini.

Pengaruh citra merek (X_1) dan kepercayaan merek (X_2) terhadap keputusan menginap (Y).

H_0 : Citra merek (X_1) dan kepercayaan merek (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap (Y).

H_a : Citra merek (X_1) dan kepercayaan merek (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap (Y).

3.8.3 Uji Sobel

Pengujian hipotesis antara dapat dilakukan melalui prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (1982) yang dikenal sebagai Uji Sobel atau *Sobel Test*. Variabel intervening akan mempengaruhi antar variabel independen dan variabel dependen. Uji sobel dilakukan dengan menguji pengaruh tidak langsung variabel independen terhadap variabel dependen melalui variabel intervening dengan melihat tingkat signifikansinya. Untuk menghitung nilai dari signifikansi variabel intervening, maka digunakan uji sobel melalui persamaan berikut.

$$Sab = \sqrt{b^2 Sa^2 + a^2 Sb^2}$$

Keterangan:

Sab = *Standard error* pengaruh tidak langsung

a = Koefisien regresi variabel independen terhadap variabel intervening

b = Koefisien regresi variabel intervening terhadap variabel dependen

Sa = *Standard error* variabel independen terhadap variabel intervening

Sb = *Standard error* variabel intervening terhadap variabel dependen

Untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung pada analisis jalur, maka perlu menghitung nilai t_{hitung} dengan persamaan sebagai berikut.

$$t = \frac{ab}{Sab}$$

Keterangan:

t = t_{hitung}

a = Koefisien regresi variabel independen terhadap variabel intervening

b = Koefisien regresi variabel intervening terhadap variabel dependen

Sab = *Standard error* pengaruh tidak langsung

Pengujian dilakukan dengan menggunakan bantuan *Sobel Test Calculator* dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} bersignifikansi sebesar 5% dan derajat bebas (*degree of freedom*) $df = n - k$. Adapun kriteria pengambilan keputusan uji sobel adalah sebagai berikut.

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (signifikan).
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak signifikan).

Di bawah ini adalah rancangan hipotesis pengaruh tidak langsung yang digunakan pada penelitian ini.

1. Pengaruh citra merek (X_1) terhadap keputusan menginap (Y) serta dampaknya pada kepuasan tamu (Z).
 - H_0 : Citra merek (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu (Z) melalui keputusan menginap (Y).
 - H_a : Citra merek (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu (Z) melalui keputusan menginap (Y).
2. Pengaruh kepercayaan merek (X_2) terhadap keputusan menginap (Y) serta dampaknya pada kepuasan tamu (Z).
 - H_0 : Kepercayaan merek (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu (Z) melalui keputusan menginap (Y).
 - H_a : Kepercayaan merek (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu (Z) melalui keputusan menginap (Y).

3.8.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel citra merek (X_1) dan kepercayaan merek (X_2) terhadap keputusan menginap (Y) serta dampaknya pada kepuasan tamu (Z) yang ditanyakan dalam

persentase (%). Pada penggunaannya, koefisien determinasi dinyatakan dalam bentuk persentase melalui persamaan sebagai berikut (Sugiyono, 2017).

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

Keterangan:

Kd = Nilai koefisien determinasi

R^2 = Nilai kuadrat koefisien korelasi berganda

100% = Pengali persentase