

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Desain penelitian merupakan sebuah pondasi pada saat melakukan penelitian. Desain penelitian ini akan memudahkan peneliti dalam memahami prosedur penelitian. Terdapat dua hal penting dalam sebuah penelitian, yaitu metode dan pendekatan penelitian.

##### **3.1.1 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif. Sugiyono (dalam Yuningsih & Hardiansyah, 2018) menyatakan bahwa penelitian deskriptif adalah sebuah penelitian yang berhubungan dengan berbagai pertanyaan mengenai variabel independen yang berjumlah satu atau lebih.

Penelitian deskriptif dalam penelitian ini berguna untuk mendeskripsikan data yang didapatkan dari responden mengenai *customer experience*, *revisit intention* dan *customer satisfaction* selama menginap di hotel kapsul di Kota Bandung. Dengan kata lain, melalui penelitian deskriptif ini akan diketahui gambaran mengenai *customer experience*, *revisit intention* dan *customer satisfaction*.

##### **3.1.2 Pendekatan Penelitian**

Penelitian kuantitatif merupakan suatu penelitian yang melibatkan angka-angka dalam proses pelaksanaannya, mulai dari proses pengumpulan data, interpretasi sampai hasil atau kesimpulan (Machali, 2021). Penjelasan angka-angka dalam penelitian kuantitatif banyak menggunakan tabel, gambar, grafik dan lainnya.

#### **3.2 Objek dan Subjek Penelitian**

Berdasarkan pada judul penelitian, maka dapat diketahui langsung objek dan subjek penelitian ini. Objek dalam penelitian ini adalah hotel kapsul yang tersebar di Kota Bandung. Sementara itu, subjek penelitian ini adalah para tamu yang pernah menginap di hotel kapsul yang berlokasi di Kota Bandung.

### 3.3 Tempat, Waktu dan Partisipan Penelitian

Latar belakang penulis memilih wilayah Kota Bandung untuk dilakukan penelitian yaitu karena Kota Bandung merupakan salah satu kota dengan jumlah hotel kapsul yang banyak. Mulai dari *brand* Bobobox yang memiliki empat cabang, yaitu di Alun Alun Bandung, Dago, Paskal dan Cipaganti, lalu ada Inap at Capsule Hostel, Temmu Co-Living, Tokyo Cubo, Shakti Capsule Bandung, Buton Backpacker Lodge, Tab Capsule Compact dan Capsule on the Go (Arifin, 2022).

**Tabel 3.1 Profil Hotel Kapsul di Kota Bandung**

No	Hotel Kapsul	Alamat
1	Bobobox Alun Alun Bandung	Jl. Kepatihan No.8, Balonggede, Kec. Regol, Kota Bandung, Jawa Barat 40251
	Bobobox Dago	Jl. Sultan Tirtayasa No.11, Citarum, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40115
	Bobobox Paskal	Jl. Pasir Kaliki No.76A, Pasir Kaliki, Kec. Cicendo, Kota Bandung, Jawa Barat 40171
	Bobobox Cipaganti	Jl. Cipaganti No.14, Pasir Kaliki, Cicendo, Kota Bandung, Jawa Barat 40171
2	Inap at Capsule Hostel	Jl. Lengkong Kecil, Paledang, Kec. Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40261
3	Temmu Co-Living	Jl. Abdul Rahman Saleh No.68 A, Husen Sastranegara, Kec. Cicendo, Kota Bandung, Jawa Barat 40174
4	Tokyo Cubo	Jl. Pendawa No.2, Arjuna, Kec. Cicendo, Kota Bandung, Jawa Barat 40172
5	Shakti Capsule Bandung	Jl. Cihampelas No.119, RW.02, Cipaganti, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40131
6	Buton Backpacker Lodge	Jl. H. Akbar No.19, Pasir Kaliki, Kec. Cicendo, Kota Bandung, Jawa Barat 40171
7	Tab Capsule Compact	Jl. Otto Iskandar Dinata No.582, Nyengseret, Kec. Astanaanyar, Kota Bandung, Jawa Barat 40242
8	Capsule on the Go	Jl. Soekarno-Hatta No.320, Situsaeur, Kec. Bojongloa Kidul, Jawa Barat 40233

Sumber: Google (Diakses pada 23 Mei 2023)

Waktu pelaksanaan penelitian kurang lebih selama 6 bulan, dimulai dari bulan Maret sampai Agustus 2023. Sementara partisipan penelitian merupakan responden atau tamu yang pernah menginap (minimal sekali) di hotel kapsul yang berlokasi di Kota Bandung.

### 3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

Kuncoro (dalam Subekti, 2020), mendefinisikan populasi sebagai sebuah objek atau subjek dalam penelitian yang terdapat di suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat yang berhubungan dengan masalah penelitian. Sugiyono (dalam Djimantoro & Chandra, 2019) mengemukakan bahwa sampel adalah komponen suatu populasi yang dapat mewakili atau merepresentasikan seluruh populasi. Populasi dalam penelitian ini ialah tamu yang pernah menginap di hotel kapsul yang berlokasi di Kota Bandung. Hotel kapsul yang dimaksud ialah Bobobox, Inap at Capsule Hostel, Temmu Co-Living, Tokyo Cubo, Shakti Capsule Bandung, Buton Backpacker Lodge, Tab Capsule Compact dan Capsule on the Go. Data populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti jumlahnya. Maka dari itu, peneliti akan menggunakan rumus atau metode Lemeshow dalam menetapkan ukuran sampel (Aisyah *et al.*, 2021).

$$n = \frac{Z^2 \cdot P(1 - P)}{d^2}$$

n = jumlah sampel minimal

Z = nilai standar atau tingkat kepercayaan

P = maksimal estimasi

d = alpha atau *margin error*

Pada metode Lemeshow, Z atau tingkat kepercayaan ditetapkan sebesar 95% atau dengan konstanta 1,96. Karena data populasi tidak diketahui, maka ditetapkan P sebesar 0,5. Lalu, tingkat *margin error* dalam perhitungan ukuran sampel ini sebesar 8% atau 0,08.

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,08^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,08^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,08^2}$$

$$n = 150,0625$$

Dari hasil perhitungan menggunakan metode Lemeshow di atas, didapatkan hasil minimum sebesar 150,0625. Jumlah tersebut akan peneliti bulatkan

jumlahnya, maka sampel yang akan diteliti pada penelitian ini berjumlah 154 responden.

Dikarenakan populasi dalam penelitian ini tidak dapat diketahui ukurannya, maka teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* serta metode pengambilan sampel berupa *purposive sampling*. Sugiyono (dalam Yolandari & Kusumadewi, 2018) mengemukakan bahwa *non-probability sampling* adalah sebuah teknik dalam mengambil suatu sampel dengan catatan tidak memberikan peluang yang sama kepada setiap unsur yang ditetapkan menjadi sampel penelitian. *Purposive sampling* merupakan metode pengambilan sampel secara acak namun memiliki target sampel sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan.

### 3.5 Variabel Penelitian

Setiap penelitian tentunya memiliki atau melibatkan variabel yang akan menjadi fokus penelitian tersebut. Menurut Sugiyono (dalam Rahmi, 2021), variabel merupakan sebuah karakteristik atau nilai dari suatu objek yang bernyawa ataupun tidak serta memiliki variasi yang telah ditentukan oleh penulis atau peneliti dengan tujuan penelitian. Variabel penelitian dibagi menjadi beberapa jenis, sesuai dengan peran atau tugasnya. Pada penelitian ini, terdapat tiga variabel yaitu *customer experience* (X), *revisit intention* (Y) dan *customer satisfaction* (Z).

Variabel *customer experience* berperan sebagai variabel bebas atau independen yang digambarkan dengan X. Variabel bebas adalah sebuah variabel yang memiliki pengaruh atau yang menjadi penyebab adanya variabel terikat (Machali, 2021). Variabel *revisit intention* memiliki peran sebagai variabel terikat atau dependen dan digambarkan dengan Y. Variabel terikat merupakan variabel yang terpengaruh atau dipengaruhi oleh variabel bebas (Machali, 2021). Lalu variabel *customer satisfaction* dalam penelitian ini menjadi variabel mediasi atau Z. Variabel mediasi atau *intervening* merupakan variabel yang memiliki fungsi menjembatani hubungan antara variabel bebas dengan terikat.

Selanjutnya, variabel yang digunakan dalam penelitian disajikan dalam operasional variabel. Operasional variabel berfungsi untuk menjelaskan lebih rinci variabel yang diteliti berdasarkan teori yang ada (Machali, 2021). Operasional

variabel dinilai penting karena berisi penjelasan indikator variabel yang diteliti. Dengan proses ini, peneliti dapat mengetahui cara mengukur variabel penelitian yang diteliti. Berikut merupakan operasional variabel penelitian ini:

**Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Dimensi	Pernyataan	No. item
Customer Experience (X)	De Keyser <i>et al.</i> (dalam Keiningham <i>et al.</i> , 2020) mendefinisikan customer experience sebagai sebuah respon tamu yang mencakup elemen kognitif, emosional, fisik, sensorik dan sosial.		
	Cognitive (Kognitif)	Hotel kapsul mampu memberikan pengalaman berbeda dalam menginap	1
		Hotel kapsul mampu memberikan pengalaman lebih baik dari yang saya harapkan	2
		Hotel kapsul mampu menambahkan pengetahuan tamunya mengenai teknologi IoT ( <i>Internet of Things</i> )	3
	Physical (Fisik)	Hotel kapsul memiliki <i>guest room</i> yang dijaga kebersihannya	4
		Hotel kapsul memiliki <i>guest room</i> yang mampu memberikan kenyamanan kepada tamunya	5
		Hotel kapsul memberikan fasilitas <i>guest room</i> dan <i>public space</i> yang lengkap dan bermanfaat kepada tamunya	6
	Sensory (Panca indera)	Hotel kapsul memiliki tingkat pencahayaan yang sesuai	7
		Hotel kapsul memiliki interior dan lingkungan yang menarik	8
		Hotel kapsul memiliki tingkat kebisingan yang rendah	9
		Hotel kapsul memiliki jenis aroma yang dapat meningkatkan kenyamanan	10
	Emotional (Emosional)	Menginap di hotel kapsul membuat saya senang	11
		Menginap di hotel kapsul membuat saya puas	12
	Social (Sosial)	Staff hotel kapsul melakukan pekerjaannya dengan profesional	13
Staff hotel kapsul memiliki <i>attitude</i> yang baik		14	

Variabel	Dimensi	Pernyataan	No. item
		Tamu lain di hotel kapsul menunjukkan sikap yang sopan	15
		Tamu lain di hotel kapsul menyenangkan	16
<i>Revisit Intention</i> (Y)	Subekti (2020) menyatakan bahwa <i>revisit intention</i> merupakan <i>output</i> dari pengalaman yang dirasakan konsumen yang mana menciptakan tingkat kepuasan yang tinggi.		
	<i>Intention to recommend</i>	Saya berminat memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk menginap di hotel kapsul	17
		Saya ingin memberikan <i>review</i> yang baik terkait hotel kapsul	18
	<i>Intention to revisit</i>	Saya ingin mengunjungi kembali hotel kapsul	19
		Saya ingin menggunakan kembali fasilitas hotel kapsul	20
<i>Customer Satisfaction</i> (Z)	Kotler dan Keller (dalam Sihombing & Wardhana, 2022) mengatakan bahwa <i>customer satisfaction</i> adalah sebuah bentuk perasaan puas atau kecewa yang dirasakan konsumen setelah melakukan perbandingan antara harapan dengan kenyataan suatu barang atau jasa.		
	<i>Expectations</i> (Harapan)	Saya merasa harapan saya sudah terpenuhi ketika menginap di hotel kapsul	21
	<i>Performance</i> (Kinerja)	Saya merasan puas dengan kinerja produk yang diberikan oleh hotel kapsul	22
		Saya merasa puas dengan kinerja pelayanan atau jasa staff hotel kapsul	23
	<i>Comparison</i> (Perbandingan)	Saya menjadikan hotel kapsul sebagai pilihan utama dari jenis akomodasi lainnya	24
	<i>Experience</i> (Pengalaman)	Saya mendapatkan pengalaman yang baik selama menginap di hotel kapsul	25
	<i>Confirmation</i> (Konfirmasi)	Saya merasa kualitas yang dijanjikan sesuai dengan kualitas yang didapatkan saat menginap di hotel kapsul	26

Sumber: Olah data peneliti, 2023

### 3.6 Jenis Data

Pada sebuah penelitian kuantitatif, data penelitian dapat diperoleh dari dua jenis sumber data, yaitu sumber data primer dan sekunder. Maka dari itu penelitian ini menggunakan dua sumber data untuk melengkapi kebutuhan data penelitian.

#### 1. Sumber data primer

Alasan digunakannya data primer dalam penelitian ini yaitu karena data penelitian yang dibutuhkan tidak pernah dipublikasikan secara umum. Menurut Hardani *et al.* (2020), umumnya sebuah data primer didapatkan peneliti secara langsung melalui sebuah eksperimen dan survei. Pada penelitian ini, peneliti mengumpulkan data primer dengan cara menyebarkan kuesioner kepada tamu yang pernah menginap di hotel kapsul di Kota Bandung. Data tersebut berisi mengenai persepsi tamu mengenai *customer experience*, *revisit intention* dan *customer satisfaction* yang dirasakan selama menginap di hotel kapsul.

#### 2. Sumber data sekunder

Data sekunder didapatkan penulis secara tidak langsung melalui perantara, contohnya dokumen yang diperoleh dari kantor atau instansi, pustaka, buku dan lain-lain (Hardani *et al.*, 2020). Pada penelitian ini, peneliti mengumpulkan data sekunder dengan cara melakukan studi literatur pada artikel jurnal, buku dan berbagai bentuk bacaan yang berhubungan dengan topik penelitian. Selain itu, peneliti juga memakai beberapa data dari internet guna melengkapi keperluan penelitian.

**Tabel 3. 3 Jenis dan Sumber Data**

No	Data	Kategori Data	Sumber
1	Data jumlah hotel dan penginapan di Kota Bandung Tahun 2022	Sekunder	Website Disbudpar
2	Ulasan hotel kapsul di Kota Bandung	Sekunder	Website Tripadvisor, Agoda, Traveloka dan Google Review
3	Profil hotel kapsul di Kota Bandung	Sekunder	Google
4	Tanggapan responden atau tamu mengenai <i>customer experience</i> yang didapatkan pada saat menginap di hotel kapsul	Primer	Kuesioner penelitian

No	Data	Kategori Data	Sumber
5	Tanggapan responden atau tamu mengenai <i>customer satisfaction</i> yang dirasakan pada saat menginap di hotel kapsul	Primer	Kuesioner penelitian
6	Tanggapan responden atau tamu mengenai <i>revisit intention</i> di hotel kapsul	Primer	Kuesioner penelitian

Sumber: Olah data peneliti, 2023

### 3.7 Instrumen Penelitian

Dalam melakukan penelitian tentunya peneliti memerlukan alat ukur yang baik untuk melakukan pengukuran dan alat penelitian tersebut disebut dengan instrumen penelitian. Arikunto (dalam Makbul, 2021) mendefinisikan instrumen penelitian sebagai sebuah alat bantu dalam mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian dengan tujuan agar proses pengumpulan data menjadi sistematis dan mudah. Sementara menurut Sukardi (dalam Makbul, 2021), instrumen penelitian memiliki fungsi untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam sebuah penelitian pada saat peneliti mengumpulkan berbagai informasi di lapangan.

Dari beberapa jenis instrumen penelitian yang ada, peneliti menetapkan angket atau kuesioner untuk dijadikan sebagai instrumen penelitian ini. Kuesioner merupakan salah satu alat ukur dalam penelitian yang dapat dilakukan dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan yang akan diisi oleh responden, lalu hasil kuesioner ini akan melewati proses analisis sampai menjadi sebuah data atau informasi (Herlina, 2019). Kuesioner yang telah melalui proses uji validitas dan uji reabilitas akan disebarkan kepada responden, yaitu tamu yang pernah menginap (minimal satu kali) di hotel kapsul yang berlokasi di Kota Bandung. Kuesioner ini berbentuk online atau dikenal dengan *Google Form* yang akan disebarkan di berbagai media sosial.

Kuesioner dalam penelitian ini akan dihitung dengan sebuah skala pengukuran, yaitu Skala Likert. Sugiyono (dalam Herlina, 2019) mengemukakan bahwa Skala Likert merupakan sebuah skala yang digunakan untuk menghitung ukuran sikap, opini atau persepsi responden terhadap suatu fenomena sosial. Karena penelitian ini memakai Skala Likert, maka sudah terdapat lima pilihan jawaban



pada kuesioner yang perlu diisi responden sesuai dengan persepsi atau kondisi yang dirasakan oleh mereka. Jawaban Sangat Setuju (SS) diberikan skor 5, jawaban Setuju (S) diberikan skor 4, jawaban Netral (N) diberikan skor 3, jawaban Tidak Setuju (TS) diberikan skor 2 dan jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberikan skor 1.

Data yang didapatkan oleh peneliti dari instrumen dengan skala likert berupa data ordinal, maka data tersebut perlu dikonversi menjadi data interval. Metode perubahan data ordinal menjadi data interval disebut dengan *Method Succesive Interval* (MSI). Merubah data ordinal menjadi interval dianggap penting, karena akan menghasilkan sebuah interpretasi yang keliru apabila peneliti tetap memaksakan untuk menggunakan data ordional pada analisis regresi linier berganda (Ningsih & Dukalang, 2019).

### 3.8 Teknik Pengumpulan Data

Data-data yang didapatkan oleh peneliti akan dikumpulkan dengan berbagai teknik atau metode yang dikenal dengan teknik pengumpulan data. Teknik pengumpulan merupakan proses yang strategis dalam sebuah penelitian, karena pada bagian ini peneliti akan mencapai tujuan utama penelitian, yaitu mendapatkan data dari responden (Hardani *et al.*, 2020). Apabila peneliti tidak mengetahui teknik pengumpulan data, maka tidak menutup kemungkinan bahwa peneliti tersebut tidak dapat memperoleh data sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Berikut merupakan rincian teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti:

#### 1. Kuesioner

Teknik pengumpulan data (primer) pada penelitian ini yaitu dengan penyebaran kuesioner. Salah satu hal yang penting dalam penyebaran kuesioner adalah mencari responden yang sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Kriteria responden pada penelitian ini yaitu responden yang berusia  $\geq 18$  tahun dan pernah menginap (minimal satu kali) di hotel kapsul yang berlokasi di Kota Bandung. Rangkaian pertanyaan-pertanyaan yang telah disusun peneliti akan disebarakan kepada responden atau tamu yang pernah menginap di hotel kapsul di Kota Bandung. Kuesioner yang telah dibuat akan disajikan secara online melalui *Google Form*, dikarenakan

peneliti tidak terjun langsung ke berbagai hotel kapsul di Kota Bandung. Penyebaran kuesioner akan dilakukan secara online melalui media sosial, seperti WhatsApp, Twitter, Tiktok dan Instagram.

Alur penyebaran kuesioner melalui WhatsApp yaitu dengan mempublikasikan link *Google Form* yang telah disiapkan kepada beberapa kontak. Sementara pengumpulan data melalui Twitter, Tiktok dan Instagram dilakukan dengan cara mencari responden atau tamu melalui kolom pencarian dengan memakai beberapa *keyword brand* hotel kapsul dan melalui *hashtag*. Dari kolom pencarian tersebut, akan muncul *tweet* atau postingan mengenai (pengalaman) hotel kapsul. Lalu peneliti pun akan menjangkau responden melalui DM (*Direct Message*).

## 2. Studi Literatur

Selain penyebaran kuesioner, peneliti juga melakukan studi literatur sebagai teknik pengumpulan data (sekunder) untuk melengkapi kebutuhan penelitian. Studi literatur ini dapat berupa kajian buku/*e-book*, artikel jurnal, thesis dan sumber bacaan lainnya. Sebagian besar studi literatur ini didapatkan peneliti secara online. Studi literatur ini tentunya berhubungan dengan masalah atau topik penelitian.

### 3.9 Teknik Pengolahan Data

Data penelitian dari pengisian kuesioner dikumpulkan dan diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 29. Peneliti menggunakan aplikasi tersebut karena banyak video tutorial dalam menggunakan aplikasi SPSS sehingga mudah untuk digunakan dan dapat digunakan untuk teknik analisis data yang peneliti pilih. Rangkaian pengolahan data penelitian dimulai dari data mentah (kuesioner) sampai menjadi temuan, melalui beberapa tahapan.

Kesatu, data kuesioner yang telah didapatkan akan dikumpulkan atau diinput pada excel dengan bentuk tabulasi data. Kedua, merapikan atau membersihkan data, seperti terdapat data yang kosong. Ketiga, mulai menggunakan aplikasi SPSS dengan urutan perhitungan dimulai dari uji asumsi klasik lalu uji hipotesis.

### 3.10 Teknik Analisis Data

Data yang telah diperoleh peneliti melalui kuesioner perlu dilakukan analisis data agar hasil penelitian dapat dipahami oleh pembaca. Menurut Kaul (dalam Hardani *et al.*, 2020), analisis data merupakan proses dalam mendalami data atau materi secara terstruktur dan data yang dipelajari ini berasal dari berbagai *point of view* sehingga membuka peluang untuk memperoleh fakta baru di lapangan. Teknik analisis data dalam penelitian ini terdiri dari analisis data deskriptif dan uji asumsi klasik.

#### 3.10.1 Analisis Data Deskriptif

Statistika deskriptif merupakan metode dalam menganalisis data dengan cara menyimpulkan dan menjelaskan data yang diperoleh, sehingga menciptakan informasi yang bermanfaat bagi penelitian (Nurrahmah *et al.*, 2021). Arti dari memberikan informasi yang bermanfaat yaitu penyajian data dapat mudah dimengerti oleh pengguna atau pengakses informasi (Martias, 2021). Statistika deskriptif didefinisikan sebagai sebuah metode dalam mengumpulkan data berupa angka, membuat tabel data berisi angka, menganalisis serta menafsirkan data (berupa angka) tersebut (Silvia, 2020). Berikut merupakan variabel penelitian yang akan dideskripsikan melalui proses analisis data deskriptif:

1. Analisis deskriptif mengenai *customer experience* pada hotel kapsul di Kota Bandung yang terdiri dari *cognitive, physical, sensory, emotional* dan *social*.
2. Analisis deskriptif mengenai *customer satisfaction* pada hotel kapsul di Kota Bandung yang terdiri dari *expectations, performance, comparison, experience* dan *confirmation*.
3. Analisis deskriptif mengenai *revisit intention* pada hotel kapsul di Kota Bandung yang terdiri dari *intention to recommend* dan *intention to revisit*.

Menurut Sugiyono (2013), dalam analisis data deskriptif pertama-tama peneliti harus menentukan skor ideal. Skor ideal atau kriterium merupakan skor yang ditentukan dengan anggapan bahwa setiap pernyataan yang diajukan kepada responden memiliki jawaban dengan skor tertinggi. Setelah diketahui skor ideal, dilanjutkan dengan menghitung persentase dengan rumus sebagai berikut:

$$P = \frac{\text{skor total hasil penelitian}}{\text{skor ideal}} \times 100\%$$

Keterangan:

P = angka/skor persentase

Skor ideal = skor tertinggi x total responden

**Tabel 3.4 Kriteria Persentase**

<b>Angka Persentase (%)</b>	<b>Interpretasi</b>
20,00 – 36,00	Sangat rendah
36,01 – 52,00	Rendah
52,01 – 68,00	Sedang
68,01 – 84,00	Tinggi
84,01 - 100	Sangat tinggi

### 3.10.2 Uji Asumsi Klasik

Menurut Santoso (dalam Suryani, 2019), sebelum sebuah model regresi penelitian digunakan, model regresi tersebut harus memenuhi beberapa uji asumsi yang disebut dengan asumsi klasik. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa uji asumsi klasik, seperti uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heterokedastisitas.

#### 3.10.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dalam sebuah penelitian berguna untuk mengetahui normalnya sebaran suatu data atau tidak. Agar peneliti mengetahui apakah data tersebut sudah sesuai dengan sebaran normal, maka dapat menggunakan berbagai pilihan metode. Dalam penelitian ini menggunakan metode *Kalmogorov Smirnov* dengan bantuan program SPSS. Dasar atau pedoman dalam menentukan sebaran normal suatu data ialah:

1. Apabila nilai probabilitas atau nilai signifikan  $> 0,05$  maka sebaran data normal
2. Apabila nilai probabilitas atau nilai signifikan  $< 0,05$  maka sebaran data tidak normal

#### 3.10.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan salah satu uji asumsi yang dapat menunjukkan hubungan antar variabel bebas pada sebuah model regresi. Untuk mengetahui apakah terdapat multikolinearitas, peneliti dapat melihat besaran nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Sebuah penelitian dapat dikatakan memiliki gejala

multikolinearitas apabila ditemukan hubungan yang tinggi antar variabel bebas. Berikut merupakan kriteria dalam pengambilan keputusan pada uji multikolinearitas:

1. Apabila nilai  $VIF < 10$ , maka dinilai tidak ditemukan gejala multikolinearitas
2. Apabila nilai  $VIF > 10$ , maka dinilai ditemukan gejala multikolinearitas

### 3.10.2.3 Uji Heterokedastisitas

Uji herokedastisitas berguna untuk menunjukkan ada atau tidaknya perbedaan varian pada sebuah residual untuk seluruh pengamatan pada model regresi. Apabila sebuah *variance* pada sebuah residual semua pengamatan tetap atau sama disebut dengan homokedastisitas, sedangkan apabila berbeda maka disebut dengan heterokedastisitas. Sebuah model regresi dalam penelitian yang baik adalah model regresi yang tidak mengandung heterokedastisitas.

Pada penelitian ini, dilakukan Uji Glejser dalam menguji ada atau tidaknya gejala heterokedastisitas. Berikut merupakan pedoman dalam pengambilan keputusan pada Uji Glejser:

1. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka dinilai tidak mengandung gejala heterokedastisitas pada model regresi
2. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka dinilai mengandung gejala heterokedastisitas pada model regresi

## 3.11 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Dalam menjawab tujuan penelitian, maka peneliti membutuhkan data sebagai gambaran dari beberapa variabel yang diteliti. Peneliti tentunya menginginkan data penelitian yang baik dan juga benar. Menurut Arikunto (dalam Yusup, 2018), tingkat kebenaran data yang didapat peneliti akan bergantung pada baik atau tidaknya sebuah instrumen atau alat ukur yang digunakan dalam penelitian. Untuk mengetahui baik atau tidaknya sebuah instrumen, maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas berperan untuk membantu mengetahui ketepatan pengukuran instrumen. Sedangkan uji reliabilitas lebih membantu mengetahui keajegan instrumen. Uji coba instrumen ini dilakukan pada 30

responden atau tamu yang pernah menginap di hotel kapsul yang berlokasi di Kota Bandung.

### 3.11.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang memiliki fungsi untuk melihat sejauh mana instrumen penelitian yang dipakai valid atau tidak valid (Hardani *et al.*, 2020). Maka dari itu, data yang valid merupakan data yang sesuai atau tidak berbeda antara data yang didapatkan oleh peneliti dengan data (kondisi) sebenarnya pada sebuah objek penelitian. Suatu kusioner atau instrumen penelitian dapat dinilai valid apabila pertanyaan pada kusioner dapat menggambarkan atau mengungkapkan sesuatu yang telah diukur oleh kusioner (Janna, 2021). Azwar (dalam Purwanto, 2018) menyatakan bahwa validitas mengacu pada tingkat ketepatan sebuah instrumen dalam mengukur sesuatu yang hendak diukur oleh peneliti. Berkualitas atau tidaknya sebuah instrumen akan bergantung pada uji validitas, karena pada proses ini akan diketahui mana saja instrumen (indikator) yang valid dan tidak valid.

Dalam praktek uji validitas pada penelitian ini, peneliti menggunakan program SPSS 29.0 dengan cara *Bivariate Pearson* (Produk Momen Pearson). Peneliti menguji validitas setiap variabel, yaitu *customer experience* (X), *customer satisfaction* (Z) dan *revisit intention* (Y). Penggunaan program SPSS membantu dalam menemukan  $r_{hitung}$  untuk uji validitas. Apabila  $r_{hitung}$  sudah diketahui, selanjutnya dilakukan perbandingan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Berdasarkan tabel r korelasi Pearson untuk 30 responden dengan tingkat signifikansi 5%, maka diketahui  $r_{tabel}$  sebesar 0,361. Menurut Darma (2021), dalam menghitung uji validitas terdapat kriteria perbandingan antara nilai  $r_{hitung}$  dengan nilai  $r_{tabel}$ , yaitu sebagai berikut:

1. Apabila nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$ , maka instrumen penelitian dapat dinilai valid.
2. Apabila nilai  $r_{hitung}$  lebih kecil dari nilai  $r_{tabel}$ , maka instrumen penelitian tidak dapat dinilai valid.

**Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas**

No	Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
<i>Customer Experience</i>				
1	Hotel kapsul mampu memberikan pengalaman berbeda dalam menginap	0,418	0,361	Valid

No	Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
2	Hotel kapsul mampu memberikan pengalaman lebih baik dari yang saya harapkan	0,596	0,361	Valid
3	Hotel kapsul mampu menambahkan pengetahuan tamunya mengenai teknologi IoT ( <i>Internet of Things</i> )	0,595	0,361	Valid
4	Hotel kapsul memiliki <i>guest room</i> yang dijaga kebersihannya	0,728	0,361	Valid
5	Hotel kapsul memiliki <i>guest room</i> yang mampu memberikan kenyamanan kepada tamunya	0,759	0,361	Valid
6	Hotel kapsul memberikan fasilitas <i>guest room</i> dan <i>public space</i> yang lengkap dan bermanfaat kepada tamunya	0,756	0,361	Valid
7	Hotel kapsul memiliki tingkat pencahayaan yang sesuai	0,369	0,361	Valid
8	Hotel kapsul memiliki interior dan lingkungan yang menarik	0,788	0,361	Valid
9	Hotel kapsul memiliki tingkat kebisingan yang rendah	0,434	0,361	Valid
10	Hotel kapsul memiliki jenis aroma yang dapat meningkatkan kenyamanan	0,694	0,361	Valid
11	Menginap di hotel kapsul membuat saya senang	0,862	0,361	Valid
12	Menginap di hotel kapsul membuat saya puas	0,826	0,361	Valid
13	Staff hotel kapsul melakukan pekerjaannya dengan profesional	0,788	0,361	Valid
14	Staff hotel kapsul memiliki <i>attitude</i> yang baik	0,636	0,361	Valid
15	Tamu lain di hotel kapsul menunjukkan sikap yang sopan	0,547	0,361	Valid
16	Tamu lain di hotel kapsul menyenangkan	0,551	0,361	Valid
<b>Customer Satisfaction</b>				
1	Saya merasa harapan saya sudah terpenuhi ketika menginap di hotel kapsul	0,857	0,361	Valid
2	Saya merasan puas dengan kinerja produk yang diberikan oleh hotel kapsul	0,877	0,361	Valid
3	Saya merasa puas dengan kinerja pelayanan atau jasa staff hotel kapsul	0,871	0,361	Valid
4	Saya menjadikan hotel kapsul sebagai pilihan utama dari jenis akomodasi lainnya	0,777	0,361	Valid

No	Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
5	Saya mendapatkan pengalaman yang baik selama menginap di hotel kapsul	0,845	0,361	Valid
6	Saya merasa kualitas yang dijanjikan sesuai dengan kualitas yang didapatkan saat menginap di hotel kapsul	0,908	0,361	Valid
<b><i>Revisit Intention</i></b>				
1	Saya berminat memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk menginap di hotel kapsul	0,798	0,361	Valid
2	Saya ingin memberikan <i>review</i> yang baik terkait hotel kapsul	0,808	0,361	Valid
3	Saya ingin mengunjungi kembali hotel kapsul	0,932	0,361	Valid
4	Saya ingin menggunakan kembali fasilitas hotel kapsul	0,857	0,361	Valid

Sumber: Olah data peneliti, 2023

Dari hasil perhitungan uji validitas setiap variabel pada Gambar 3.1, diketahui bahwa seluruh item pernyataan variabel *customer experience*, *customer satisfaction* dan *revisit intention* memiliki nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  (0,361). Maka seluruh item pernyataan dikatakan valid dan data yang didapatkan peneliti telah sesuai dengan kondisi di lapangan. Dikarenakan beberapa item pernyataan pada variabel *customer satisfaction* dirasa cukup diwakilkan dengan satu item per-dimensi, maka peneliti memutuskan untuk menghilangkan empat item pernyataan pada variabel *customer satisfaction*.

### 3.11.2 Uji Reliabilitas

Konsep reliabilitas yaitu mengukur sejauh mana sebuah data dari instrumen penelitian dapat dipercaya dan terlepas dari kesalahan pengukuran (Darma, 2021). Menurut Notoadmojo (dalam Janna, 2021), realibilitas merupakan penanda sejauh mana sebuah instrumen dapat diandalkan. Maka dari itu, uji reliabilitas digunakan untuk memberi tahu tingkat konsistensi sebuah alat ukur atau instrumen penelitian. Pada hakikatnya, uji reliabilitas dilakukan dengan mengukur variabel dalam bentuk pernyataan atau pertanyaan pada instrumen penelitian.

Kriteria menghitung uji reliabilitas pada penelitian ini yaitu dengan membandingkan nilai *Cronbach's Alpha* dengan taraf signifikan yang ditetapkan. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari tingkat signifikan, instrumen penelitian dinilai reliabel (Darma, 2021). Nunally (dalam Yusup, 2018),



berpendapat apabila nilai *Cronbach's Alpha* sebuah instrumen lebih besar dari 0,70 ( $r_i > 0,70$ ), maka instrumen tersebut dapat dinilai reliabel. Sementara menurut Tavakol & Dennick (dalam Yusup, 2018), apabila sebuah instrumen memiliki nilai *Cronbach's Alpha* kurang dari 0,70 ( $r_i > 0,70$ ), disarankan untuk memperbaiki atau menghapus item pernyataan atau pertanyaan yang memiliki korelasi rendah.

Sesuai dengan kriteria di atas, maka dasar pengambilan keputusan dalam menentukan reliabilitas instrumen yaitu sebagai berikut:

1. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70 maka instrumen penelitian dinilai reliabel.
2. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih kecil dari 0,70 maka instrumen penelitian dinilai tidak reliabel.

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.910	16

*Gambar 3.1 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Customer Experience*

Sumber: Diolah peneliti (2023)

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.909	6

*Gambar 3.2 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Customer Satisfaction*

Sumber: Diolah peneliti (2023)

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.873	4

*Gambar 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Revisit Intention*

Sumber: Diolah peneliti (2023)

Dari hasil perhitungan uji reliabilitas menggunakan program SPSS 29.0 pada Gambar 3.1, Gambar 3.2 dan Gambar 3.3 diketahui bahwa seluruh item pernyataan variabel penelitian memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,70.

Maka seluruh item pernyataan penelitian yang telah diuji coba dapat dipercaya dan sudah konsisten.

### 3.12 Uji Hipotesis

Penggunaan uji hipotesis pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui hubungan antar variabel, yaitu *customer experience*, *customer satisfaction* dan *revisit intention*. Uji hipotesis yang dilakukan terdiri dari uji parsial, uji simultan, uji koefisien determinan dan *path analysis*.

#### 3.12.1 Uji Parsial (Uji t)

Menurut Darma (2021), uji parsial (uji t) digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh variabel bebas atau independen terhadap variabel terikat atau dependen secara parsial (masing-masing). Saat melakukan uji parsial, dilakukan perbandingan antara nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Berikut merupakan beberapa hipotesis penelitian yang akan diuji secara parsial:

1. Pengaruh *customer experience* terhadap *customer satisfaction*

$H_0$ : *Customer experience* tidak berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada hotel kapsul di Kota Bandung

$H_a$ : *Customer experience* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada hotel kapsul di Kota Bandung

2. Pengaruh *customer experience* terhadap *revisit intention*

$H_0$ : *Customer experience* tidak berpengaruh terhadap *revisit intention* pada hotel kapsul di Kota Bandung

$H_a$ : *Customer experience* berpengaruh terhadap *revisit intention* pada hotel kapsul di Kota Bandung

3. Pengaruh *customer satisfaction* terhadap *revisit intention*

$H_0$ : *Customer satisfaction* tidak berpengaruh terhadap *revisit intention* pada hotel kapsul di Kota Bandung

$H_a$ : *Customer satisfaction* berpengaruh terhadap *revisit intention* pada hotel kapsul di Kota Bandung

Perhitungan uji parsial dilakukan menggunakan program SPSS 29,0. Sebelum mencari  $t_{tabel}$ , peneliti harus mengetahui beberapa data yang akan dipakai dalam rumus, yaitu total responden (n), total variabel penelitian (k) dan tingkat

signifikansi. Tingkat signifikansi yang digunakan dalam uji parsial sebesar 5% dan nilai *degree of freedom* diperoleh dari rumus  $df = n - k$ . Berikut merupakan kriteria pengambilan keputusan dalam uji parsial (uji t):

1. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak
2. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

### 3.12.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh variabel bebas atau variabel independen terhadap variabel terikat atau variabel dependen secara simultan atau bersamaan. Berikut merupakan rumusan hipotesis yang akan diuji secara parsial:

1. Pengaruh *customer experience* melalui *customer satisfaction* terhadap *revisit intention*

$H_0$  : *Customer experience* melalui *customer satisfaction* tidak berpengaruh terhadap *revisit intention* pada hotel kapsul di Kota Bandung

$H_a$  : *Customer experience* melalui *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *revisit intention* pada hotel kapsul di Kota Bandung

Perhitungan  $F_{hitung}$  dilakukan dengan menggunakan program SPSS 29,0 dengan melihat tabel ANOVA. Lalu dilakukan perbandingan hasil  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$ . Berikut merupakan kriteria pengambilan keputusan dalam uji simultan (uji f):

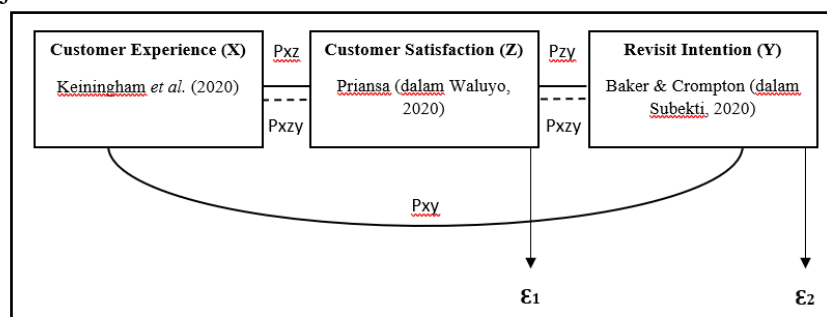
1. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak
2. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

### 3.12.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pengujian koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur sejauh mana kemampuan variabel bebas atau variabel independen dapat menjelaskan variabel terikat atau variabel dependen. Besaran nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada nilai R-square ( $R^2$ ) dalam tabel *Summary*. Nilai koefisien determinasi yang baik adalah nilai yang mendekati angka 1 dan jauh dari angka 0, artinya variabel bebas atau independen mampu menjelaskan variabel terikat atau mampu memberikan informasi yang dapat memprediksi variabel terikat atau dependen.

### 3.13 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur atau *path analysis* adalah suatu teknik atau metode yang mendalami mengenai pengaruh secara langsung dan tidak langsung antar variabel penelitian yang telah dirumuskan hipotesisnya (Sudaryono, 2011). Menurut Kerlinger (dalam Sudaryono, 2011), *path analysis* ialah sebuah bentuk penerapan analisis multiregresi atau menggunakan kerangka berpikir yang cukup kompleks karena terdapat variabel independen, dependen dan *intervening*. Cara mengukur analisis jalur dapat dilakukan dengan menghitung pengaruh secara langsung dan tidak langsung dari seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengaruh tersebut dikenal dengan sebutan koefisien jalur. Apabila koefisien jalur memiliki nilai yang rendah atau di bawah 0,05, maka pengaruh jalur tersebut dinyatakan rendah. Di bawah ini merupakan tatanan atau konstelasi masalah pada model teknik analisis jalur:



Gambar 3.4 Diagram Jalur Hubungan Antar Variabel

Sumber: Diolah peneliti (2023)

#### Keterangan:

X = *Customer Experience*

Y = *Revisit Intention*

Z = *Customer Satisfaction*

$P_{XZ}$  = Koefisien jalur variabel X terhadap Z

$P_{ZY}$  = Koefisien jalur variabel Z terhadap Y

$P_{XY}$  = Koefisien jalur variabel X terhadap Y (secara langsung)

$P_{XZY}$  = Koefisien jalur variabel X terhadap Y melalui Z (secara tidak langsung)

$\epsilon$  = Pengaruh dari faktor lain (variabel epsilon)

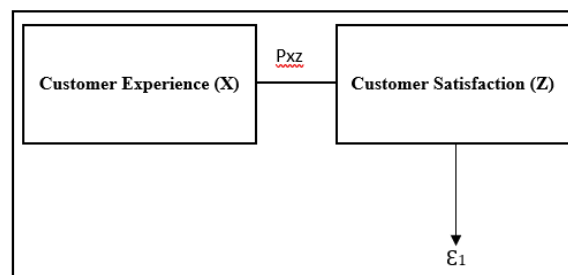
Pada Gambar 3.4 menunjukkan beberapa jalur hubungan antar tiga variabel, serta terdapat dua variabel epsilon ( $\epsilon$ ). Pada gambar di atas telah ditunjukkan jalur hubungan *customer experience* melalui *customer satisfaction* terhadap *revisit*

*intention*. Sementara variabel epsilon ( $\epsilon$ ) merupakan variabel yang muncul karena adanya pengaruh dari faktor lain yang tidak terdapat atau di luar variabel yang ada pada penelitian. Penelitian ini terdiri dari dua bentuk persamaan yang digambarkan pada gambar di bawah ini:

### 1. Persamaan Jalur I

Pada persamaan ini menggambarkan hubungan *customer experience* (X) terhadap *customer satisfaction* (Z) dengan persamaan sebagai berikut:

$$Z = P_{xz} + \epsilon_1$$



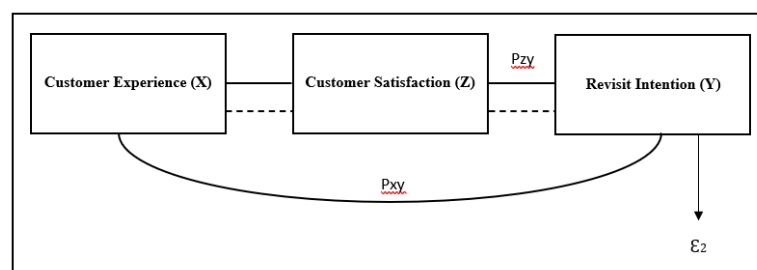
Gambar 3.5 Model Persamaan Jalur I

Sumber: Diolah peneliti (2023)

### 2. Persamaan Jalur II

Pada persamaan ini menggambarkan hubungan *customer experience* (X) dan *customer satisfaction* (Z) terhadap *revisit intention* (Y) dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = P_{xy} + P_{zy} + \epsilon_2$$



Gambar 3.6 Model Persamaan Jalur II

Sumber: Diolah peneliti (2023)

Penggunaan *path analysis* atau analisis jalur pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara langsung dan tidak langsung antar variabel. Pengaruh langsung ada pada hubungan jalur variabel bebas atau independen

terhadap variabel terikat atau dependen, tanpa melalui variabel *intervening*. Lalu, pengaruh tidak langsung terjadi pada hubungan jalur pada variabel bebas atau independen melalui variabel *intervening* terhadap variabel terikat atau dependen. Pengaruh langsung dan tidak langsung ditunjukkan pada persamaan yang telah menggambarkan hubungan antar variabel.

1. Pengaruh langsung (*Direct effect*)

Pengaruh langsung terjadi pada hubungan variabel X terhadap Y dan Y terhadap Z.

$$X \rightarrow Y = P_{xz}$$

$$Y \rightarrow Z = P_{yz}$$

2. Pengaruh tidak langsung (*Indirect effect*)

Pengaruh tidak langsung terjadi pada hubungan variabel X terhadap Y melalui Z.

$$X \rightarrow Z \rightarrow Y = (P_{xz}) (P_{zy})$$