

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis mengenai pengaruh *customer perception* dan *hotel attribute* terhadap *purchase decision* pada tamu yang menginap di Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung. Variabel bebas (*independent variable*) merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat (*dependent variable*) baik secara positif maupun negatif Sekaran dan Bougie (2016, hlm. 74). Variabel bebas (*independent variable*) dalam penelitian ini adalah *customer perception* ( $X_1$ ) dan *hotel attribute* ( $X_2$ ). Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hlm. 73) variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel minat utama peneliti yang bertujuan untuk memahami dan menggambarkan variabel dependen, untuk menjelaskan variabilitasnya, atau memprediksinya. Variabel terikat (*dependent variable*) dalam penelitian ini adalah *purchase decision* ( $Y$ ).

Penelitian ini dilakukan pada tamu yang menginap di Hotel Bobobox Kota Bandung sebagai responden dalam penelitian kali ini. Penelitian ini menggunakan *cross sectional study*, karena membutuhkan waktu kurang dari satu tahun. Sekaran dan Bougie (2016, hlm. 104) *cross sectional study* adalah sebuah studi yang dapat dilakukan dimana data dikumpulkan hanya sekali, dalam periode beberapa minggu atau bulan, untuk menjawab pertanyaan penelitian.

#### 3.2 Metode Penelitian

Berdasarkan keperluan tujuan penelitian, maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. penelitian deskriptif adalah jenis penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama mendeskripsikan sesuatu. Penelitian deskriptif dilakukan untuk mendapatkan deskripsi secara terperinci mengenai gambaran *customer perception* ( $X_1$ ) dan *hotel attribute* ( $X_2$ ). Sedangkan penelitian verifikatif adalah sebuah penelitian yang dilakukan untuk membangun hubungan sebab dan akibat antar variabel. Penelitian verifikatif dilakukan untuk menguji hipotesis di lapangan untuk memperoleh gambaran mengenai pengaruh *customer perception* dan *hotel attribute* serta gambaran mengenai *purchase decision* di Bobobox Kota Bandung Sekaran dan Bougie (2016, hlm. 43-44)

Metode penelitian merupakan cara ilmiah yang dilakukan untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan memecahkan suatu masalah. Sekaran dan Bougie (2016, hlm. 43) mendefinisikan metode penelitian sebagai suatu pendekatan umum untuk mengumpulkan data yang menentukan apakah kesimpulan kausal dapat ditarik. Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data dilapangan, maka metode penelitian ini adalah metode *explanatory survey*. *explanatory survey* dilakukan untuk mengeksplorasi situasi masalah, yaitu untuk mendapatkan ide-ide dan wawasan ke dalam masalah yang dihadapi manajemen atau para peneliti tersebut. Pada penelitian yang menggunakan metode ini, informasi dari seluruh populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari seluruh populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

### **3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling**

#### **3.3.1 Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2009). Berdasarkan pengertian tersebut, populasi yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah wisatawan lokal, dengan kata lain merupakan Warga Negara Indonesia.

#### **3.3.2 Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel tersebut, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul mewakili (Sugiyono, 2009). Berdasarkan pengertian tersebut, sampel dari populasi yang merupakan WNI akan diambil dengan karakteristik sebagai berikut: memiliki rentang usia 18 tahun hingga 40 tahun, belum berpengalaman menginap di hotel kapsul, serta diketahui memiliki minat untuk mengunjungi Kota Bandung dalam 6 bulan ke depan.

Penelitian ini memiliki populasi yang sangat luas. apabila populasi besar dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, dalam hal ini misalkan peneliti memiliki keterbatasan dana, tenaga, dan waktu maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2009). Dalam

menghitung sampel pada populasi yang tidak diketahui jumlahnya, terdapat rumus yang dapat digunakan (Riduwan & Akdon, 2005). Perhitungan sampel dengan tingkat kepercayaan 95% adalah sebagai berikut :

$$n = \left( \frac{Z\alpha/2\sigma}{e} \right)^2 = \left( \frac{(1,96) \cdot (0,25)}{0.05} \right)^2 = 96,04$$

Sehingga sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 97 orang.

### 3.4 Operasional Variabel

Operasional variabel adalah proses pengubahan atau penguraian konsep atau konstruk menjadi variable terukur yang sesuai untuk pengujian (Cooper & Schindler, 2014). Variabel yang digunakan dalam penelitian diantaranya *customer perception* (X<sub>1</sub>) dan *hotel attribute* (X<sub>2</sub>) sebagai variabel bebas serta *purchase decision* (Y) sebagai variabel terikat. Secara lengkap dalam penelitian ini, disajikan pada Tabel 3.1 di bawah ini.

**TABEL 3. 1 OPERASIONAL VARIABEL**

Variabel	Dimensi	Indikator	Item Pertanyaan	Skala	No. Item
<b>Customer Perception</b> (Purwodarminto, 1990) tanggapan langsung dari suatu serapan atau proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui pengindraan	<i>Performance</i>	<i>Employee</i>	kualitas layanan yang diberikan karyawan Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung.	Ordinal	1
	<i>Reliability</i>	<i>Solving</i>	Ketanggapan karyawan dalam mengatasi suatu masalah yang didapati para tamu.	Ordinal	2
	<i>Feature</i>	<i>Uniqly</i>	Keunikan tampilan Hotel kapsul Bobobox Kota Bandung	Ordinal	3
	<i>Durability</i>	<i>Quality</i>	kualitas produk maupun layanan yang disediakan	Ordinal	4
	<i>Conformance</i>	<i>SOP</i>	Karyawan telah melakukan seluruh	Ordinal	5

			kegiatan sesuai dengan standar yang seharusnya		
	<i>Service Ability</i>	<i>Satisfaction</i>	Tamu merasa puas dengan apa yang mereka dapatkan selama menginap di Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung	Ordinal	6
	<i>Aesthetic</i>	<i>Beauty</i>	Keindahan tampilan yang ada di Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung	Ordinal	7
	<i>Perceived Quality</i>	<i>Expectation</i>	Kesesuaian antara harapan dan kenyataan setelah berkunjung ke Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung	Ordinal	8
<p><b>Hotel Attribute (Dolnicar &amp; T. Otter, 2003)</b> Merupakan perilaku konsumen dalam menentukan pilihan akomodasi dalam serta fitur-fiturnya dianggap penting bagi hotel.</p>	<i>Security</i>	<i>Assurance</i>	kenyamanan yang dirasakan para tamu saat menginap di Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung	Ordinal	9
	<i>Quality and Dependability of Service</i>	<i>Responsivness</i>	Daya tanggap karyawan mengenai permintaan tamu	Ordinal	10
	<i>Reputation</i>	<i>Brand</i>	<i>Image</i> Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung di kalangan masyarakat	Ordinal	11
	<i>Physical Appearance</i>	<i>Profesional</i>	penampilan karyawan Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung	Ordinal	12
	<i>Location</i>	<i>Strategic</i>	Hotel Kapsul Bobox Kota Bandung dekat dengan gedung penting lainnya	Ordinal	13

	<i>Price</i>	<i>Balance</i>	keseuaian antara harga dengan produk dan kualitas yang didapatkan oleh tamu	Ordinal	14
<b><i>Purchase Decision</i></b> <b>(Kotler &amp; Keller, 2016)</b> proses penyeleksian terhadap dua pilihan alternative atau lebih yang menghasilkan keputusan untuk membeli atau tidak	<i>Product Choice</i>	<i>Variety</i>	Banyaknya Produk yang tersedia di Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung	Ordinal	15
	<i>Brand Choice</i>	<i>Benefit</i>	Fasilitas yang disediakan Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung sesuai dengan yang diharapkan tamu	Ordinal	16
	<i>Dealer Choice</i>	<i>Branch</i>	Banyaknya Hotel kapsul Bobobox Kota Bandung yang tersedia di berbagai tempat	Ordinal	17
	<i>Purchase Amount</i>	<i>Quantity</i>	Banyaknya jumlah produk yang disediakan oleh Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung sesuai dengan yang dibutuhkan tamu	Ordinal	18
	<i>Purchase Timing</i>	<i>Timely</i>	waktu pelayanan di Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung	Ordinal	19
	<i>Payment Method</i>	<i>Convenience</i>	kemudahan pembayaran yang disediakan Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung	Ordinal	20

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

### 3.5 Jenis dan Sumber data serta Teknik Pengumpulan Data

#### 3.5.1 Jenis dan Sumber Data

Untuk kepentingan penelitian jenis dan sumber data diperlukan dikelompokkan ke dalam 2 golongan yaitu:

### 1. Data Primer

Sekaran dan Bougie (2016) mendefinisikan data primer sebagai data yang dikumpulkan langsung untuk analisis selanjutnya untuk mencari solusi terhadap masalah yang diteliti. Dari penelitian ini data yang akan diambil yaitu data berupa tanggapan dari peserta mengenai pengaruh *customer perception* dan *hotel attribute* terhadap *purchase decision*

### 2. Data Sekunder

Menurut Sekaran dan Bougie (2016) data sekunder adalah data yang sudah ada dan tidak dikumpulkan oleh peneliti secara langsung. Untuk lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikannya dalam bentuk Tabel 3.2 berikut.

**TABEL 3. 2 JENIS DAN SUMBER DATA**

NO.	JENIS DATA	SUMBER DATA	JENIS DATA
1.	Jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Bandung Tahun 2018 - 2021	Badan pusat statistik kota Bandung 2022	Sekunder
2.	Jumlah hotel kapsul di Kota Bandung	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, 2022	Sekunder
3.	Hal-hal yang berhubungan dengan <i>customer perception</i> dan <i>ihotel attribute</i> serta <i>ipurchase decision</i>	Ebook dan Jurnal	Sekunder
4.	Tanggapan calon responden mengenai <i>customer perception</i> dan <i>hotel attribute</i>	Calon responden yang akan menginap di Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung	Primer
5.	Tanggapan calon responden mengenai <i>purchase decision</i>	Calon responden yang akan menginap di Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung	Primer

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

### 3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hlm. 24) teknik pengumpulan data merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari desain penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Studi literatur, yaitu pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, makalah, jurnal maupun *homepage/website* guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian atau

variabel yang diteliti yaitu *customer perception* dan *hotel attribute* serta *purchase decision*. Penggunaan teknik ini dapat memperkuat penelitian yang dilakukan karena didukung oleh beberapa orang/ahli yang sudah melakukan penelitian sebelumnya.

Cara menggunakan teknik studi literatur yaitu, mengumpulkan daftar jurnal, buku dan sumber lain di bidang yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan, setelah mendapatkan rujukan yang diperlukan cantumkan ahli yang menggunakan teori tersebut dan lampirkan daftar pustaka dari jurnal, buku atau sumber media lainnya Sekaran dan Bougie (2016, hlm. 54-56).

Kelebihan dari teknik studi literatur yaitu, penelitian yang dilakukan menjadi lebih terpercaya karena didukung dengan rujukan para ahli atau orang yang sebelumnya sudah melakukan penelitian dan kelemahan dari teknik studi literatur ini yaitu, perkembangan teori yang digunakan tidak sama dikarenakan perkembangan jaman yang terus berkembang.

2. Observasi merupakan metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan terhadap objek penelitian yaitu tamu yang akan menginap di Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung. Terdapat 4 dimensi penting dalam melakukan penelitian menggunakan teknik observasi, (1) kontrol (apakah observasi yang dilakukan dalam pengaturan buatan atau alami), (2) apakah pengamat merupakan bagian dari partisipan atau tidak, (3) struktur (sejauh mana pengamatan difokuskan, lakukan penentuan sebelumnya, sistematis dan kuantitatif pada dasarnya), (4) pengamatan yang tidak mencolok (partisipan yang sedang diamati merasa sedang dipelajari atau tidak).

Cara melakukan teknik observasi yaitu, peneliti harus berada di tempat objek yang akan diteliti, lakukan pengamatan partisipan tanpa mengganggu aktivitasnya, kumpulkan data sesuai dengan apa yang terlihat oleh peneliti. Kelebihan dari teknik observasi yaitu, peneliti dapat mengetahui secara langsung apa yang dilakukan oleh partisipan, data lebih terpercaya dan kelemahan dari teknik observasi yaitu, sejumlah besar data yang ada terputus ditengah penelitian Sekaran dan Bougie (2016, hlm. 123-133).

3. Wawancara adalah kegiatan pengumpulan data dan fakta dengan cara melakukan tanya jawab yang berkaitan dengan penelitian. Teknik wawancara dilakukan dengan

maksud mendapatkan informasi mengenai implementasi *customer perception* dan *hotel attribute* kepada tamu yang akan menginap di Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung. Wawancara dilakukan pada saat peneliti memerlukan pendapat langsung partisipan mengenai penelitian.

Terdapat 4 teknik dalam melakukan wawancara diantaranya, *funneling*, *unbiasedquestion*, *clarifying issue*, *helping the respondent to think through issue*, *taking notes*. Hal yang perlu dilakukan dalam teknik wawancara yaitu, data yang diperoleh harus sesuai dengan fakta, tidak diperbolehkan adanya data yang bias karena akan mempengaruhi hasil dari penelitian.

Kelebihan dari teknik wawancara yaitu, peneliti dapat mengetahui lebih rinci perilaku dari responden sehingga data yang diperoleh lebih berkualitas dan kelemahan dari teknik wawancara yaitu sulit untuk memperbanyak jumlah responden dikarenakan peneliti harus menemui responden secara langsung Sekaran dan Bougie (2016, hlm. 113-119).

4. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data primer yang dilakukan dengan cara menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis mengenai karakteristik responden, pengalaman responden dan pelaksanaan implementasi *customer perception* dan *hotel attribute* serta *purchase decision*. Terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam teknik kuesioner yaitu, kesesuaian isi pertanyaan, bahasa dan cara penyampaian kuesioner, jenis dan bentuk pertanyaan, urutan pertanyaan, serta data pribadi yang dicari dari responden.

Cara melakukan teknik kuesioner yaitu, buat terlebih dahulu daftar pertanyaan yang akan diajukan, sebarkan kuesioner secara langsung maupun *online*, dan terakhir lakukan pengodingan dari hasil kuesioner yang didapatkan. Kelebihan dari teknik kuesioner yaitu, jumlah responden yang diperlukan lebih banyak dan kelemahan dari kuesioner yaitu, peluang kesalahan dari tidak adanya respon terhadap pertanyaan yang diajukan sehinggal mempengaruhi hasil penelitian Sekaran dan Bougie (2016, hlm. 144-146).

Untuk mengetahui lebih jelas bagaimana teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikan dalam Tabel 3.3 berikut:

### **TABEL 3. 3 TEKNIK PENGUMPULAN DATA**

No.	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
1	Wawancara	Tamu yang akan menginap di Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung
2	Observasi	Pelaksanaan implementasi <i>customer perception</i> dan <i>hotel attribute</i> di Hotel kapsul Bobobox Kota Bandung
3	Kuisisioner	Tamu yang akan menginap di Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung dan memiliki <i>purchase decision</i> .
4	Studi Literatur	Teori <i>customer perception</i> dan <i>hotel attribute</i> serta <i>purchase decision</i>

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2023

### 3.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Setelah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner terkumpul, selanjutnya adalah mengolah dan menafsirkan data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah antara variabel *customer perception* dan *hotel attribute* (X) ada pengaruhnya atau tidak terhadap variabel *purchase decision* (Y). Sebelum melakukan analisis data, dan juga untuk menguji layak atau tidaknya kuesioner yang disebarakan kepada responden, terlebih dahulu dilakukan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas untuk melihat tingkat kebenaran serta kualitas data.

#### 3.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Sekaran dan Bougie (2016, hlm. 220) menjelaskan bahwa validitas adalah tes tentang seberapa baik instrumen, teknik, atau proses yang digunakan untuk mengukur konsep memang mengukur konsep yang dimaksud. Validitas internal (*internal validity*) atau rasional yaitu bila kriteria yang ada dalam instrumen secara rasional (teoritis) telah mencerminkan apa yang diukur. Sedangkan validitas eksternal (*external validity*), bila kriteria di dalam instrumen disusun berdasarkan fakta-fakta empiris yang telah ada. Rumus yang digunakan untuk menguji validitas adalah rumus Korelasi *Product Moment* sebagai berikut :

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

Sumber : Malhotra dan Birks (2013, hlm. 575)

Keterangan :

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi *product moment*

n = Jumlah sampel

$\sum$  = Kuadrat faktor variabel X

$\sum X^2$  = Kuadrat faktor variabel X

Rino Sugiyanto, 2023

PENGARUH CUSTOMER PERCEPTION DAN ATRIBUT HOTEL KAPSUL TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI BOBOBOX KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.up.edu | Perpustakaan.upi.edu

$\Sigma Y^2$  = Kuadrat faktor variabel Y

$\Sigma XY$  = Jumlah perkalian faktor korelasi variable X dan Y

Dimana:  $r_{xy}$  = koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y, dua variabel yang dikorelasikan.

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 25 for windows dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Distribusi data variabel X dan/atau Y setiap item jawaban ke *Data View*;
- b. Klik *Variabel View*, lalu isi kolom *Name* dengan nama sesuai item;
- c. Klik *Analyze*, pilih *Correlate*, pilih *Bivariate*;
- d. Sorot semua item yang tersedia dengan total masing-masing variabel, pindahkan ke kolom *Variables*;
- e. Lalu tentukan uji *Correlate*, centang bagian *Pearson*, *Two-tailed* dan *Flag significant correlations*;
- f. Klik OK, maka hasil validitas akan muncul di *output*.

Keputusan pengujian validitas item instrumen, menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Nilai r dibandingkan dengan nilai  $r_{tabel}$  dengan  $dk = n - 2$  dan taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$
2. Item yang diteliti dikatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .
3. Item yang diteliti dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ .
4. Berdasarkan jumlah angket yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan  $dk = n-2$ ,  $dk = 30 - 2 = 28$ , maka didapat nilai  $r$  tabel sebesar 0.3610.

### **TABEL 3. 4 HASIL PENGUJIAN VALIDITAS *CUSTOMER PERCEPTION* DAN *HOTEL ATTRIBUTE* SERTA *PURCHASE DECISION***

No.	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Kesimpulan
<b>Customer Perception (X<sub>1</sub>)</b>				
1.	kualitas layanan yang diberikan karyawan Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung.	0,758	0,361	Valid
2.	Ketanggapan karyawan dalam mengatasi suatu masalah yang didapati para tamu.	0,748	0,361	Valid
3.	Keunikan tampilan Hotel kapsul Bobobox Kota Bandung	0,717	0,361	Valid
4.	kualitas produk maupun layanan yang disediakan	0,715	0,361	Valid
5.	Karyawan telah melakukan seluruh kegiatan sesuai dengan standar yang seharusnya	0,554	0,361	Valid
6.	Tamu merasa puas dengan apa yang mereka dapatkan selama menginap di Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung	0,698	0,361	Valid
7.	Keindahan tampilan yang ada di Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung	0,691	0,361	Valid
8.	Kesesuaian antara harapan dan kenyataan setelah berkunjung ke Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung	0,692	0,361	Valid
<b>Hotel Attribute (X<sub>2</sub>)</b>				
9.	kenyamanan yang dirasakan para tamu saat menginap di Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung	0,654	0,361	Valid
10.	Daya tanggap karyawan mengenai permintaan tamu	0,631	0,361	Valid
11.	Image Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung di kalangan masyarakat	0,651	0,361	Valid
12.	penampilan karyawan Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung	0,819	0,361	Valid
13.	Hotel Kapsul Bobox Kota Bandung dekat dengan gedung penting lainnya	0,779	0,361	Valid
14.	keseuaian anantara harga dengan produk dan kualitas yang didapatkan oleh tamu	0,729	0,361	Valid
<b>Purchase Decision (Y)</b>				
15.	Banyaknya Produk yang tersedia di Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung	0,698	0,361	Valid
16.	Fasilitas yang disediakan Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung sesuai dengan yang diharapkan tamu	0,669	0,361	Valid
17.	Banyaknya Hotel kapsul Boobox Kota Bandung yang tersedia di berbagai tempat	0,640	0,361	Valid
18.	Banyaknya jumlah produk yang disediakan oleh Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung sesuai dengan yang dibutuhkan tamu	0,760	0,361	Valid
19.	waktu pelayanan di Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung	0,686	0,361	Valid
20.	kemudahan pembayaran yang disediakan Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung	0,642	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Dapat dilihat pada Tabel 3.4 mengenai hasil pengujian validitas *customer perception* dan *hotel attribute* serta *purchase decision* nilai tertinggi ada pada item pertanyaan mengenai “penampilan karyawan Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung” dengan nilai sebesar 0,819 sedangkan untuk nilai terendah ada pada item pertanyaan 10 mengenai

“Daya tanggap karyawan mengenai permintaan tamu” dengan nilai sebesar 0,631 dan untuk semua item pertanyaan yang didapatkan dari hasil kuesioner yang telah disebarakan kepada para responden telah valid dalam pengujian validitas.

### 3.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Malhotra dan Birks (2013) menjelaskan bahwa reliabilitas menguji sejauh mana skala tersebut menghasilkan hasil yang konsisten apabila pengukuran berulang dilakukan pada variabel yang sama. Sedangkan Sekaran dan Bougie (2016, hlm. 220) reliabilitas adalah pengujian mengeneai seberapa konsisten alat ukur mengukur konsep apa pun yang diukuranya.

Penelitian ini menguji reliabilitas dengan menggunakan rumus *alpha* atau *Cronbach’s alpha* ( $\alpha$ ) dikarenakan instrumen pertanyaan kuesioner yang dipakai merupakan rentangan antara beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala *likert* 1 sampai dengan 5. Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hlm. 289) *Cronbach alpha* adalah koefisien kehandalan yang menunjukkan seberapa baik item dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain. *Cronbach alpha* dihitung dalam rata-rata interkorelasi antar item yang mengukur konsep. Semakin dekat *cronbach alpha* dengan 1, semakin tinggi keandalan konsistensi internal.

Pegujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach alpha*, yaitu:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{(k - 1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Sumber : Sekaran dan Bougie (2016, hlm. 289)

Keterangan:

$r_{11}$  = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan

$\sigma t^2$  = varians total

$\sum \sigma b^2$  = jumlah varians butir tiap pertanyaan

Jumlah varian butir tiap pertanyaan dapat dicari dengan cara mencari nilai  $\sum \sigma^2$  varians tiap butir yang kemudian dijumlahkan ( $\sum \sigma^2$ ) sebagai berikut :

$$\sigma^2 = \sqrt{\frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n - 1}}$$

Sumber : Malhotra dan Birks (2013, hlm. 435)

Keterangan :

n = jumlah sampel

$\sigma^2$  = nilai varians

$\sum x^2$  = jumlah skor

Keputusan pengujian reliabilitas item instrumen adalah sebagai berikut :

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan *reliable* jika nilai *cronbach's alpha* ( $\alpha$ )  $\geq$  0,700.
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak *reliable* jika nilai *cronbach's alpha* ( $\alpha$ )  $\leq$  0,700.

Apabila angka *Alpha Cronbach* mendekati 1, maka semakin tinggi tingkat reliabilitasnya. Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 25 for windows dengan langkah-langkah sebagai berikut Sekaran & Bougie (2016, hlm. 291):

- a. Distribusi data variabel X dan/atau Y setiap item jawaban ke *Data View*;
- b. Klik *Variabel View*, lalu isi kolom *Name* dengan nama sesuai item;
- c. Klik *Analyze*, pilih *Scale*, pilih *Reliability Analysis*;
- d. Pindahkan semua item pada masing-masing variabel yang tersedia tanpa total variabel ke kolom *Variables*;
- e. Klik *Statistics*, kemudian pada kolom *Descriptive for* klik *Scale if item deleted*
- f. Klik OK, maka hasil reliabilitas akan muncul di *Output*.

**TABEL 3. 5 HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS CUSTOMER PERCEPTION DAN HOTEL ATTRIBUTE SERTA PURCHASE DECISION**

No.	Variabel	Ca hitung	Ca minimal	Kesimpulan
1.	<i>Customer Perception dan Hotel Attribute (X)</i>	0,910	0,700	Reliabilitas
2.	<i>Purchase Decision (Y)</i>	0,768	0,700	Reliabilitas

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Dapat dilihat pada Tabel 3.5 tentang hasil pengujian reliabilitas *customer perception* dan *hotel attribute* serta *purchase decision* nilai dari masing – masing variabel

sebesar 0,910 untuk variabel X dan 0,768 untuk variabel Y yang memiliki arti bahwa kedua variabel telah reliabilitas dalam pengujian kali ini dikarenakan lebih besar dari nilai minimal yaitu 0,700.

### 3.2.7 Anaisis Data

#### 3.2.7.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel tanpa perlu menguji signifikansinya. Alat penelitian yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dari data mengenai *customer perception* dan *hotel attribute* (X), sedangkan untuk *purchase decision* (Y) sebagai variabel terikat di Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung.

Analisis data deskriptif dilakukan dengan menggolongkan, mengklasifikasikan dan menginterpretasikan data-data yang didapat lalu dianalisis, sehingga diperoleh gambaran umum tentang variabel berdasarkan beberapa analisis sebagai berikut:

1. Analisis Frekuensi adalah distribusi matematika dengan tujuan memperoleh hitungan jumlah tanggapan terkait dengan nilai yang berbeda dari satu variabel dan dua variabel mengungkapkan jumlah dalam presentase Malhotra & Birks (2013, hlm. 502).
2. Analisis *Cross Tabulation* adalah teknik statistik yang menggambarkan dua atau lebih variabel yang memiliki sejumlah kategori atau nilai yang berbeda Malhotra & Birks (2013, hlm. 502).
3. Perhitungan skor ideal digunakan untuk mengukur tinggi atau rendahnya pengaruh variabel yang terdapat di objek penelitian. Berikut rumus untuk menghitung skor ideal.

Nilai Indeks Maksimum = Skor Tertinggi x Jumlah Item x Jumlah Responden

Nilai Indeks Minimum = Skor Terendah x Jumlah Item x Jumlah Responden

Jenjang Variabel = Nilai Indeks Maksimum - Nilai Indeks Minimum

Jarak Interval = Jenjang : Banyaknya Interval

Analisis deskriptif yang digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel dalam penelitian ini yaitu:

1. Analisis deskriptif mengenai *customer perception* dan *hotel attribute* di Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung.
2. Analisis deskriptif mengenai *purchase decision* di Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung.

Setelah dilakukannya analisis deskriptif, analisis berikutnya dilakukan setelah keseluruhan data yang diperoleh dari responden telah terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap berikut ini:

a. Menyusun data;

Penyusunan data dilakukan dengan memeriksa kelengkapan data mulai dari identitas responden hingga pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

b. Memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul;

c. Tabulasi data;

a. Memberikan skor pada setiap item,

b. Menjumlahkan skor pada setiap item,

c. Mengubah jenis data, dan

d. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.

Dengan menggunakan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan menjadi sub variabel kemudian sub variabel dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator yang dapat diukur. Akhirnya indikator-indikator yang terukur ini dapat dijadikan titik tolak untuk membuat item instrumen yang berupa pertanyaan yang perlu dijawab oleh responden.

**TABEL 3. 6 ALTERNATIF JAWABAN MENURUT SKALA LIKERT**

Alternatif Jawaban	Skala
Sangat setuju/selalu/sangat positif	5
Setuju/sering/ positif	4
Ragu-ragu/kadang-kadang/netral	3
Tidak setuju/hampir tidak pernah/negative	2
Sangat tidak setuju/tidak pernah	1

Sumber: Malhotra & Birks (2013, hlm. 398).

d. Menganalisis data;

Kegiatan ini dilakukan dimulai dari pengolahan data-data yang diperoleh untuk kemudian dianalisis dengan menginterpretasi data berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan rumus-rumus statistik.

### 3.2.7.2 Hipotesis

Proses untuk menguji hipotesis dimana metode analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode analisis verifikatif, maka dilakukan analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur merupakan perluasan dari teknik regresi berganda yang memungkinkan untuk memeriksa hubungan antar variabel independen (Sekaran & Bougie 2016). Dalam hal ini, analisis jalur (*path analysis*) adalah analisis multivariat untuk mempelajari pengaruh langsung dan tidak langsung dari sejumlah variabel yang dihipotesiskan, sebagai variabel terikat (Y) *purchase decision* terhadap variabel lainnya yang disebut variabel bebas (X) *customer perception* dan *hotel attribute*. Proses analisis jalur (*path analysis*) akan dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

#### 1. *Method of Successive Interval (MSI)*

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah *ordinal scale* yaitu skala yang berbentuk peringkat yang menunjukkan suatu urutan preferensi/penilaian. Skala ordinal merupakan skala yang tidak hanya mengkategorikan perbedaan kualitatif dalam variabel, namun juga memungkinkan untuk menentukan peringkat kategori ini dengan cara yang berarti (Sekaran & Bougie 2016). Pada penelitian ini menggunakan data ordinal seperti yang dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, oleh karena itu semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *method of successive interval (MSI)*.

Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data *variable independent* dengan *variable dependent* serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

Untuk menetapkan variabel mempunyai hubungan kausal atau tidak, maka harus didasarkan pada teori atau konsep-konsep variabel tersebut.

#### 2. **Pengujian Asumsi Klasik**

Larangan asumsi-asumsi dalam analisis jalur perlu dideteksi. Adapun cara untuk mendeteksi agar larangan-larangan dalam analisis jalur tidak terjadi yaitu dengan cara uji asumsi klasik yang secara statistik harus dipenuhi. Asumsi klasik yang sering digunakan

adalah asumsi normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas, autokorelasi dan linearitas.

#### a. Uji Asumsi Normalitas

Pengujian asumsi normalitas untuk menguji data variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Jika distribusi data normal, maka analisis data dan pengujian hipotesis digunakan statistik parametrik. Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas. Suatu model regresi memiliki data berdistribusi normal apabila sebaran datanya terletak disekitar garis diagonal pada *normal probability plot* yaitu dari kiri bawah ke kanan atas berarti berdistribusi normal. Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan Rumus Kolmogorov-Smirnov. Kolmogorov-Smirnov (K-S) adalah salah satu tes kesesuaian. Uji K-S adalah uji ketepatan non-parametrik satu-sampel yang membandingkan fungsi distribusi kumulatif untuk variabel dengan distribusi tertentu Malhotra & Birks (2013, hlm. 533). Rumus untuk menguji normalitas menggunakan rumus Kolmogorov-Smirnov, sebagai berikut:

$$K = | F_s(x) - F_t(x) | \max$$

Sumber: Malhotra & Birks (2013, hlm. 533)

Keterangan:

$F_s$  = distribusi frekuensi kumpulan sampel

$F_t$  = distribusi frekuensi kumpulan teoritis

Data berdistribusi normal, jika nilai *asym.sig* (signifikansi) > 0,05. Sedangkan data berdistribusi tidak normal, jika nilai *asym.sig* (signifikansi) < 0,05.

#### b. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji asumsi heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. dan jika variansnya tidak sama disebut terjadi heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi Heteroskedastisitas, jika nilai t hitung lebih kecil dari t tabel dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dikatakan heteroskedastisitas, jika t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai

signifikansi lebih kecil dari 0.05. Nilai  $t$  dibandingkan dengan nilai  $t_{\text{tabel}}$  dengan  $df$  (derajat kebebasan) =  $n$  (jumlah sampel) -  $m$  (jumlah variabel) dan taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$ , maka  $df = 88 - 3 = 85$ . Dilihat dari titik persentase distribusi  $t$ , dengan  $df = 85$  dan nilai signifikansi 0.05 maka nilai  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1.66342.

#### c. Uji Asumsi Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi koefisien ( $r$ ) yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model pengaruh. Dua parameter yang paling sering digunakan untuk mendeteksi multikolinearitas adalah nilai toleransi dan nilai VIF (*variance inflation factor*). Melihat nilai toleransi, tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai *Tolerance* lebih besar 0,10. Terjadi multikolinearitas, jika nilai *Tolerance* lebih kecil atau sama dengan 0.10. Melihat nilai VIF, tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai VIF lebih kecil 10,00. Terjadi multikolinearitas, jika nilai VIF lebih besar atau sama dengan 10,00.

Untuk mengukur multikolinieritas dapat diketahui dari besaran VIF. Rumus untuk menghitung VIF untuk koefisien dari variabel independen menggunakan rumus:

$$\text{VIF} = 1/(1-R^2)$$

#### d. Uji Asumsi Autokorelasi.

Uji autokorelasi adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode  $t$  dengan periode sebelumnya ( $t - 1$ ). Uji autokorelasi hanya dilakukan pada data *time series* (runtut waktu) dan tidak perlu dilakukan pada data *cross section* seperti pada kuesioner dimana pengukuran semua variabel dilakukan secara serempak pada saat yang bersamaan. Persamaan regresi yang baik adalah tidak memiliki masalah autokorelasi. Jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak dipakai prediksi. Gejala autokorelasi dideteksi dengan melakukan uji *Durbin-Watson* (DW). Hasil perhitungan *Durbin-Watson* (DW) dibandingkan dengan nilai-nilai tabel pada  $\alpha = 0,05$ .

#### e. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Dasar pengambilan keputusan dalam

uji linearitas adalah jika nilai probabilitas < 0,05, maka hubungan antara variabel X dengan Y adalah linear. Sedangkan jika nilai probabilitas > 0,05, maka hubungan antara variabel X dengan Y adalah tidak linear.

### 3. Analisis Korelasi (R)

Analisis Korelasi berguna untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuat hubungan suatu variabel dengan variabel lain. Uma Sekaran & Roger Bougie (2016, hlm. 287) mengungkapkan bahwa korelasi positif atau searah (*direct*) sempurna (*perfect positive correlation*) antara dua variabel diwakili oleh koefisien korelasi sama dengan atau mendekati +1, ini mengindikasikan satu yang didalamnya perubahan skor tinggi dalam satu variabel disertai oleh perubahan ekuivalen dalam arah yang sama (*same direction*) dalam variabel lain, tanpa kecuali.

Nilai R berkisar antara 0 sampai 1. Nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah. Rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah Korelasi *Product Moment* sebagai berikut:

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

Sumber: Malhotra & Birks (2013, hlm. 575).

Keterangan:

- $r_{xy}$  = koefisien korelasi *product moment*
- n = Jumlah sampel
- $\sum$  = Kuadrat faktor variabel X
- $\sum X^2$  = Kuadrat faktor variabel X
- $\sum Y^2$  = Kuadrat faktor variabel Y
- $\sum XY$  = Jumlah perkalian faktor korelasi variable X dan Y

Dimana :  $r_{xy}$  = koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y, dua variabel yang dikorelasikan.

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi ini dapat dilihat pada tabel 3.5, sebagai berikut:

**TABEL 3. 7 INTERPRETASI BESARNYA KOEFISIEN KORELASI**

Besarnya Nilai	Interprestasi
----------------	---------------

0.00 – 0.199	Sangat Rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Sedang
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.000	Sangat Kuat

Sumber: Malhotra & Birks (2013).

### 1. Analisis Determinasi ( $R^2$ )

Analisis determinasi dalam analisis jalur ini digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independent ( $X_1, X_2$ ) yang secara serentak terhadap variabel dependent (Y). Uma Sekaran dan Roger Bougie (2016:626) mengungkapkan bahwa koefisien ini dimaksud untuk mengetahui seberapa besar persentase variasi perubahan dalam satu variabel (dependent) ditentukan oleh perubahan dalam variabel lain (independent).  $R^2 = 0$ , maka tidak ada sedikit pun persentase sumbangan dari pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, atau variabel independent yang digunakan dalam model ini tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen. Adapun rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$\text{adjusted } R^2 = R^2 - \frac{k(1-R^2)}{n-k-1}$$

Sumber: Malhotra & Birks (2013, hlm. 595).

Keterangan:

$R^2$  = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah prediktor

n = Jumlah anggota sampel

### 2. Pengujian Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua atau lebih variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), serta untuk membuktikan ada atau tidak nya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih.

Dibawah ini adalah syarat-syarat regresi, antara lain (Dahlan, 2018):

1. Normalitas: sebaran residu harus berdistribusi normal
2. Rerata residu nol: rerata residu harus sama dengan nol
3. Tidak ada outlier: nilai residu tidak boleh ada yang termasuk outlier
4. Independen: residu dengan variabel bebas harus tidak ada hubungan

5. Konstan: varian residu terhadap setiap variabel bebas harus konstan
6. Tidak ada autokorelasi: antara variabel bebas harus tidak ada hubungan yang kuat
7. Linear: hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat harus linear.

berdasarkan tujuan penelitian yang dilakukan diatas, maka variabel yang akan diteliti adalah pengaruh variabel independen ( $X_1$ ) merupakan *customer perception* serta *hotel attribute* ( $X_2$ ) terhadap variabel dependen ( $Y$ ) adalah *purchase decision*. Untuk dapat membuat prakiraan melalui regresi, maka data setiap variabel harus tersedia, dan berdasarkan data yang tersedia peneliti harus menemukan persamaan regresi linier berganda melalui perhitungan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

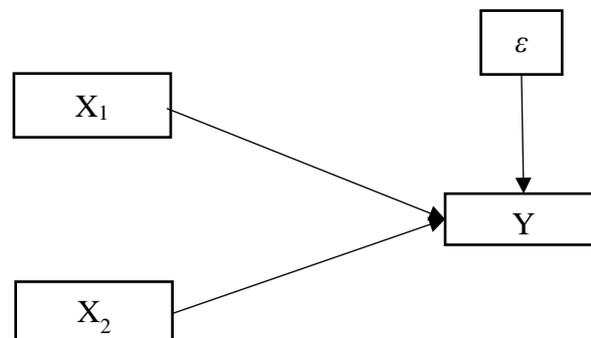
Keterangan :  $Y$  = Variabel terikat yang diprediksikan (*purchase decision*)

$a$  = Konstanta

$b$  = koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel terikat yang didasarkan pada variabel bebas. Bila  $b$  (+) maka terjadi kenaikan, bila  $b$  (-) maka terjadi penurunan

$X$  = subyek pada variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu.

Analisis regresi linier berganda ini akan dilakukan jika jumlah variabel independen minimal dua atau pun lebih. Menerjemahkan kedalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen, dan lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut:



### GAMBAR 3. 1 REGRESI LINIER BERGANDA

Keterangan:

$X_1$  = *Customer Perception*

$X_2$  = *Hotel Attribute*

$Y$  = *Purchase Decision*

#### 1. Keputusan Penerimaan atau Penolakan $H_0$

Langkah terakhir dari analisis data ini adalah menguji hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas juga dapat dipercaya antara variabel bebas dengan variabel terikat yang pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan  $H_0$  ditolak atau  $H_1$  diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan. Rancangan hipotesis didalam penelitian ini adalah :

##### a. Pengujian Hipotesis secara Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan uji F dihitung dengan rumus:

$H_0$  :  $PYX = 0$  artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *customer perception* dan *hotel attribute* terhadap *purchase decision* di Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung.

$H_1$  :  $PYX \neq 0$  artinya terdapat terdapat pengaruh yang signifikan antara *customer perception* dan *hotel attribute* terhadap *purchase decision* di Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung.

Pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji F dihitung menggunakan rumus:

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

Sumber : Naresh K. Malhotra dan David F. Birks (2006:595)

Keterangan:

R = Koefisien korelasi ganda

m = Jumlah prediktor

Rino Sugiyanto, 2023

**PENGARUH CUSTOMER PERCEPTION DAN ATRIBUT HOTEL KAPSUL TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI BOBOBOX KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.up.edu | Perpustakaan.upi.edu

n = Jumlah anggota sampel

Kriteria *purchase decision* untuk hipotesis yang diajukan adalah :

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak artinya X berpengaruh terhadap Y

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima artinya X tidak berpengaruh terhadap Y

b. Pengujian Hipotesis secara Parsial (Uji t)

1.  $H_0 : PYX_1 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *customer perception* terhadap *purchase decision*.

$H_1 : PYX_1 \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan *customer perception* terhadap *purchase decision*.

2.  $H_0 : PYX_2 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *hotel attribute* terhadap *purchase decision*.

$H_1 : PYX_2 \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *hotel attribute* terhadap *purchase decision*.

Pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji t dihitung menggunakan

rumus:

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

Sumber: Naresh K. Malhotra dan David F. Birks (2006:578)

Keterangan :

t = Distribusi normal

r = Koefisien korelasi

n = Banyaknya data

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis sudah diajukan adalah :

Tolak  $H_0$  jika  $t_{hitung} \geq t_{(mendekati 100\%)(n-k-1)}$

Terima  $H_0$  jika  $t_{hitung} < t_{(mendekati 100\%)(n-k-1)}$