

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisa mengenai pengaruh *safe customer experience* terhadap *customer satisfaction* serta dampaknya terhadap *behavioral intention* di The Langham Hotel Jakarta. Penelitian ini menggunakan tiga variabel Objek penelitian yang menjadi variabel bebas atau variabel independen (X) yaitu *Safe Customer Experience* yang meliputi *Reassurance*, *Quickness*, *Intimacy*, dan *Proximity*. Sementara itu, variabel terikat atau variabel dependen (Y) adalah *Behavioral intention* yang terdiri dari *Accommodation intention*, dan *Recommendation intention* dengan variabel *moderating* yaitu *customer Satisfaction* (Z).

Berdasarkan penelitian diatas, maka akan dianalisis mengenai pengaruh *Safe Customer Experience* terhadap *customer satisfaction* serta dampaknya terhadap *behavioral intention*. Pelaksanaan penelitian ini berlangsung di Jakarta dan objek yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah tamu yang menginap di hotel The Langham, Jakarta serta melakukan *tag post* di *platform* media sosial Instagram. Sementara untuk waktu penelitian dilakukan pada kurun waktu kurang dari satu tahun, sehingga metode yang digunakan adalah *cross-sectional method*.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dan verifikatif. Metode ini menggambarkan objek penelitian berdasarkan fakta yang ada dan sedang berlangsung, dengan cara mengumpulkan, menyusun dan menjelaskan data yang diperlukan untuk kemudian di analisis sesuai teori yang ada. Penelitian deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai pengaruh *Safe Customer Experience* terhadap *customer satisfaction* serta dampaknya terhadap *behavioral intention* di hotel The Langham, Jakarta. Sementara, penelitian verifikatif bertujuan untuk memperoleh kebenaran dari suatu

hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data lapangan. Dalam penelitian ini akan diuji pengaruh dari *Safe Customer Experience* dalam menciptakan *customer satisfaction* dan *behavioral intention* di hotel The Langham, Jakarta. Berdasarkan jenis penelitiannya, yaitu deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode *explanatory survey*.

3.2.2 Operasional Variabel

Berdasarkan tujuan penelitian dan variabel yang diteliti, jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif, yaitu menguji kebenaran suatu hipotesis yang telah diuraikan pada BAB II, melalui pengumpulan data di lapangan. Pada penelitian ini variabel yang dioperasionalkan adalah *Safe Customer Experience* untuk variabel bebas (X) dengan dimensi *Reassurance* (X_1), *Quickness* (X_2), *Intimacy* (X_3) dan *Proximity* (X_4). Sementara itu untuk variabel dependen (Y) yaitu *behavioral intention* yang memiliki dua dimensi *Accommodation intention* (Y_1) dan *Recommendation intention* (Y_2) dengan variabel *moderating* yaitu *customer satisfaction*. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini dapat dilihat secara lebih rinci dalam Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel sebagai berikut:

TABEL 3. 1
OPERASIONAL VARIABEL

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<i>Safe Customer Experience</i> (X)		<i>Safe Customer Experience</i> merupakan pengalaman yang membantu untuk mengidentifikasi masalah dalam pemberian layanan dan mendeteksi solusi inovatif berdasarkan keamanan, kenyamanan dan keselamatan. (Bonfanti et al., 2021)				
	<i>Reassurance</i>	Kepastian atau jaminan yang dirancang oleh hotel sehingga tamu mendapatkan pengalaman yang nyaman	<i>Hygiene and cleanliness</i>	Tingkat pengalaman tamu akan kepastian kamar yang bersih dan higienis pada saat waktu <i>check-in</i> di hotel The Langham, Jakarta.	Ordinal	1

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		dan aman pada saat menginap.	<i>Health Protocol</i>	Tingkat pengalaman tamu akan keyakinan terhadap protokol kesehatan yang baik telah diterapkan oleh hotel The Langham, Jakarta pada saat menginap.	Ordinal	2
			<i>Safety</i>	Tingkat pengalaman tamu akan keyakinan terhindar dari virus COVID-19 selama menginap di hotel The Langham, Jakarta.	Ordinal	3
	<i>Quickness</i>	Proses penyampaian layanan yang lebih cepat dengan memenuhi kebutuhan pelanggan akan kecepatan	<i>Time Efficiency</i>	Tingkat pengalaman tamu terhadap efesiensi waktu mendapatkan pelayanan oleh staff hotel The Langham, Jakarta.	Ordinal	4
			<i>Breakfast Seating</i>	Tingkat pengalaman tamu mendapatkan meja yang bersih dan siap ditempati pada saat waktu sarapan di hotel The Langham, Jakarta.	Ordinal	5
	<i>Intimacy</i>	Keakraban yang terjaga walaupun pada saat pandemi diberikan oleh pihak hotel kepada tamu maupun tamu dengan teman perjalanannya.	<i>Service</i>	Tingkat pengalaman tamu merasakan keakraban saat berkomunikasi dengan staff <i>guest relation officer</i> hotel The Langham, Jakarta.	Ordinal	6
			<i>Comfortable Space</i>	Tingkat pengalaman tamu akan kenyamanan untuk dapat berkomunikasi dengan intim	Ordinal	7

Muhammad Alyama Degiani, 2023

PENGARUH *SAFE CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL *MODERATING* DI HOTEL THE LANGHAM, JAKARTA (Survei terhadap tamu yang menginap di hotel The Langham, Jakarta pada masa pandemi COVID-19)

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

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
				bersama rekannya maupun staff hotel The Langham, Jakarta selama berada di ruang tunggu.		
	<i>Proximity</i>	Langkah-langkah keamanan yang diadopsi sebagai konsekuensi dari pandemi dengan menggunakan kedekatan emosional dan social serta fisik.	<i>Distance</i>	Tingkat pengalaman tamu dalam merasakan keamanan dengan adanya proteksi proteksi dari penyebaran virus COVID-19 karena adanya jarak pada saat berkomunikasi dengan staff hotel The Langham, Jakarta.	Ordinal	8
			<i>Clarity</i>	Tingkat pengalaman tamu merasakan kejelasan pada saat berkomunikasi dengan staff hotel The Langham, Jakarta.	Ordinal	9
<i>Customer Satisfaction (Z)</i>	Perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan suatu produk dengan harapan mereka. (Kotler et al., 2017)					
	<i>Overall Satisfaction</i>	Kinerja produk/layanan yang dirasakan selama menginap	<i>Satisfaction</i>	Tingkat kepuasan tamu terhadap kinerja produk dan layanan yang dirasakan selama menginap di hotel The Langham, Jakarta.	Ordinal	10
<i>Behavioral Intention (Y)</i>	<i>Behavioral intention</i> didefinisikan sebagai niat dari seseorang untuk membeli dan memilih produk maupun penyedia jasa yang pernah dimiliki sebelumnya, karena sebuah pengalaman yang sudah didapat sebelumnya (Fu & Wang, 2021a)					
	<i>Accommodation Intention</i>	Keinginan konsumen untuk berkunjung kembali untuk mendapatkan	<i>Coming back</i>	Tingkat minat tamu untuk menginap kembali di hotel The Langham, Jakarta dikemudian hari.	Ordinal	11

Muhammad Alyama Degiani, 2023

PENGARUH *SAFE CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL *MODERATING* DI HOTEL THE LANGHAM, JAKARTA (Survei terhadap tamu yang menginap di hotel The Langham, Jakarta pada masa pandemi COVID-19)

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

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		pelayanan yang baik berdasarkan pengalaman yang telah didapatkan.	<i>Priority</i>	Tingkat memprioritaskan The Langham, Jakarta sebagai pilihan pertama akomodasi yang akan dikunjungi.	Ordinal	12
			<i>Promotion</i>	Tingkat minat menginap kembali di The Langham, Jakarta pada saat ada promosi.	Ordinal	13
	<i>Recommendation Intention</i>	Perasaan dan pengalaman atas nilai positif dari konsumen dari sebuah produk atau layanan yang sudah dinikmati dan kemudian dibagikan kepada kerabat.	<i>Give the recommendation</i>	Tingkat keinginan tamu untuk merekomendasikan hotel The Langham, Jakarta kepada keluarga dan orang lain.	Ordinal	14
			<i>Encourage</i>	Tingkat minat tamu untuk mengajak keluarga dan kerabatnya menginap di The Langham, Jakarta.	Ordinal	15
			<i>Sharing The Advantage</i>	Tingkat minat tamu membagikan hal positif pada saat menginap di The Langham, Jakarta.	Ordinal	16

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Untuk kepentingan penelitian ini, jenis dan sumber data diperlukan dikelompokkan ke dalam dua golongan yaitu:

1. Data Primer

Menurut McDaniel and Gates (2015) menyatakan bahwa data primer adalah data baru yang dikumpulkan untuk membantu memecahkan masalah dalam penyelidikan atau penelitian. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan kepada sejumlah responden sesuai dengan target sasaran yang dianggap mewakili seluruh populasi data penelitian, yaitu melalui survei kepada tamu yang telah menginap di hotel The Langham, Jakarta.

Muhammad Alyama Degiani, 2023

PENGARUH *SAFE CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL *MODERATING* DI HOTEL THE LANGHAM, JAKARTA (Survei terhadap tamu yang menginap di hotel The Langham, Jakarta pada masa pandemi COVID-19)

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

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan berupa variabel, simbol atau konsep yang bisa mengasumsikan salah satu dari seperangkat nilai McDaniel and Gates (2015). Sumber dari data sekunder dalam penelitian ini adalah data literatur, artikel, jurnal, website, dan berbagai sumber informasi lainnya.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan data primer berupa kuisisioner. Untuk lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikannya dalam bentuk Tabel 3.2 Jenis dan Sumber Data sebagai berikut.

TABEL 3. 2
JENIS DAN SUMBER DATA

No.	Jenis Data	Sumber Data	Jenis Data
1.	Tanggapan responden terhadap <i>Safe Customer Experience, satisfaction</i> dan <i>behavioral intention</i>	Hasil pengolahan data kuisisioner dari tamu hotel The Langham, Jakarta	Primer
2.	Hal-hal yang berkaitan dengan <i>Safe Customer Experience, satisfaction</i> dan <i>behavioral intention</i>	Ebook dan jurnal	Sekunder
3.	Data tingkat okupansi hotel berbintang di DKI Jakarta	Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta (jakarta.bps.go.id)	Sekunder
4.	Data tingkat okupansi hotel The Langham, Jakarta	<i>Sales & Marketing</i> hotel The Langham, Jakarta	Sekunder
5.	Data jumlah <i>tag post</i> Instagram hotel The Langham, Jakarta	<i>Sales & Marketing</i> hotel The Langham, Jakarta	Sekunder

Sumber : Pengolahan data, 2022

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik *Sampling*

3.2.4.1 Populasi

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016b), populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang ingin diteliti oleh seorang peneliti. Data populasi digunakan untuk pengambilan keputusan atau digunakan untuk pengujian hipotesis, dalam pengumpulan data akan selalu dihadapkan dengan objek yang akan diteliti baik itu berupa benda, manusia, dan aktivitasnya atau peristiwa yang terjadi. Berdasarkan pengertian populasi tersebut, maka populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah tamu yang telah menginap di hotel The Langham, Jakarta pada masa pandemi COVID-19 dan melakukan tag post di media social Instagram. Berikut tabel data jumlah *customer tag post* pada laman Instagram hotel The Langham, Jakarta (@langham_jakarta).

TABEL 3. 3
DATA JUMLAH *CUSTOMER TAG POST* PADA LAMAN INSTAGRAM HOTEL THE LANGHAM, JAKARTA

Muhammad Alyama Degiani, 2023

PENGARUH *SAFE CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL *MODERATING* DI HOTEL THE LANGHAM, JAKARTA (Survei terhadap tamu yang menginap di hotel The Langham, Jakarta pada masa pandemi COVID-19)

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

Periode	Jumlah Customer Tag Post
September (2021)	276
Oktober	258
November	192
Desember	180
Januari (2022)	135
Februari	210

Sumber: *Sales & Marketing Department Hotel The Langham, Jakarta 2022*

Berdasarkan Tabel 3.3 maka yang menjadi populasi penelitian ini adalah seluruh tamu yang telah menginap di hotel The Langham, Jakarta pada masa pandemi COVID-19 dan melakukan *tag post* pada laman Instagram sejumlah 1.248 tamu.

3.2.4.2 Sampel

Sampel adalah sub kelompok dari populasi yang dipilih untuk proyek riset atau berpartisipasi dalam suatu studi (Malhotra, 2017). Perhitungan ukuran sampel merupakan langkah penting dalam perancangan studi untuk menjamin tercapainya tujuan penelitian secara kuantitatif (Harlan, 2017). Masalah pokok dari sampel adalah menjawab pertanyaan, apakah sampel yang diambil benar-benar mewakili populasi. Indikator penting dalam pengujian desain sampel adalah seberapa baik sampel tersebut mewakili karakteristik populasi. Sampel adalah bagian dari populasi (Sekaran & Bougie, 2016b). Penjabaran sampel dapat disimpulkan bahwa sampel dalam penelitian ini adalah tamu yang telah menginap di hotel The Langham, Jakarta pada masa pandemi COVID-19 dan melakukan *tag post* pada laman Instagram hotel (@langham_Jakarta). Menentukan sampel dari populasi yang telah ditentukan perlu dilakukan pengukuran yang dapat menghasilkan jumlah, maka digunakan rumus (Tabachnick et al., 2013) mengemukakan pengukuran tersebut yaitu dengan rumus.

$$N \geq 50 + 8m$$

Atau

$$N \geq 104 + m$$

Keterangan: m = jumlah variabel

N = jumlah sampel

Muhammad Alyama Degiani, 2023

PENGARUH *SAFE CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL *MODERATING* DI HOTEL THE LANGHAM, JAKARTA (Survei terhadap tamu yang menginap di hotel The Langham, Jakarta pada masa pandemi COVID-19)

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

Untuk mendapatkan jumlah sampel, dapat dilakukan perhitungan dengan menggunakan rumus Tabachnick & Fidel:

$$N \geq 104 + m$$

$$N \geq 104 + 3$$

$$N \geq 107$$

Setelah hasil perhitungan sampel yang menggunakan rumus diatas, didapat hasil ukuran sampel minimal dalam penelitian ini adalah 107 responden dengan pembulatan menjadi 110 responden dari tamu yang telah menginap di hotel The Langham, Jakarta pada masa pandemi COVID-19 dan melakukan *tag post* pada laman Instagram hotel (@langham_Jakarta).

3.2.4.3 Teknik Sampling

Sampling adalah proses pemilihan jumlah elemen yang tepat dari populasi, sehingga memungkinkan sampel penelitian dan pemahaman tentang sifat atau karakteristik untuk digeneralisasikan sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi (Sekaran & Bougie, 2016c). Terdapat tipe teknik *sampling* yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. *Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel di mana setiap elemen atau anggota populasi memiliki peluang atau kemungkinan yang diketahui untuk dipilih sebagai sampel. *Probability sampling* dari *simple random sampling*, *systematic random sampling*, *stratification sampling*, dan *cluster sampling*. Sementara *nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel di mana setiap elemen atau anggota dalam populasi tidak memiliki peluang yang diketahui atau telah ditentukan sebelumnya untuk dipilih sebagai sampel. *Nonprobability sampling* terdiri dari *convenience sampling*, *purposive sampling*, *judgement sampling* dan *quota sampling* (Sekaran & Bougie, 2016b).

Masalah yang diteliti dalam penelitian adalah *behavioral intention*, sehingga populasi yang menjadi dapat sampel adalah tamu yang sudah pernah menginap di hotel The Langham, Jakarta dan melakukan *tag post* pada laman Instagram (@langham_jakarta). Penelitian ini menggunakan teknik *sistematik random sampling*. Alasan pemilihan teknik ini adalah populasi yang banyak dan

peneliti memiliki beberapa kriteria sampel, berikut kriteria yang ditentukan oleh peneliti:

1. Tamu yang telah menginap di hotel The Langham, Jakarta.
2. Tamu yang melakukan *tag post* pada laman Instagram hotel The Langham, Jakarta (@langham_jakarta)

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Menurut (Sekaran & Bougie, 2016d) 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

Studi literatur yaitu pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori dan konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian atau variabel yang diteliti yaitu *Safe Customer Experience*, *Customer satisfaction* dan *behavioral intention*. Studi literatur tersebut diperoleh dari berbagai sumber seperti a) Perpustakaan Universitas Pendidikan Indonesia (UPI), b) Skripsi, Tesis dan Disertasi, c) Jurnal Ekonomi, dan Bisnis, d) Media cetak (seperti, majalah *Marketeer* dan *Cosmopolitan Indonesia*), e) Media elektronik (internet), f) *Website* DKI Jakarta, g) *Search engine Google Scholar*, i) Portal Jurnal Science Direct, j) Portal Jurnal Researchgate, k) Portal jurnal Emerald Insight dan l) Portal Jurnal Elsevier.

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data untuk memperoleh data dan informasi dari narasumber secara lisan. Proses wawancara berlangsung dengan pihak manajemen hotel The Langham, Jakarta untuk mendapatkan informasi mengenai profil perusahaan, dan strategi *Safe Customer Experience* yang digunakan oleh hotel The Langham, Jakarta.

3. Observasi

Observasi, Teknik pengumpulan data dengan melakukan observasi yaitu pengamatan dan peninjauan langsung terhadap objek yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini objek yang diteliti adalah tamu yang telah menginap di hotel The Langham, Jakarta dan melakukan *tag post* pada laman Instagram hotel (@langham_jakarta).

4. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data primer yang dilakukan dengan cara menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis mengenai karakteristik responden, pengalaman responden setelah berkunjung, menginap dan pelaksanaan implementasi *Safe Customer Experience* dan *behavioral intention*. Kuesioner akan ditujukan kepada sebagian tamu hotel yang telah menginap di hotel The Langham Jakarta secara *online* melalui *google form* yang dikirim melalui *direct message* media sosial Instagram responden secara langsung dengan mengidentifikasi terlebih dahulu pada laman *tagging post* di profil Instagram hotel The Langham, Jakarta.

2.2.6 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 terdapat pengaruh variabel *safe customer experience* (X) terhadap variabel *behavioral value* (Y) dengan *customer satisfaction* (Z) sebagai variabel *moderating*. Sebelum melakukan analisis data dan juga untuk menguji layak atau tidaknya kuesioner yang disebarakan kepada responden, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan uji realibilitas untuk melihat tingkat kebenaran serta kualitas data.

1. Data mempunyai kedudukan yang sangat penting dalam suatu penelitian, karena menggambarkan variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai pembentuk hipotesis. Metode pengumpulan data tidak selalu mudah dan proses pengumpulan data seringkali terjadi adanya pemalsuan data, oleh karena itu, diperlukan pengujian data untuk mendapatkan mutu yang baik,

Muhammad Alyama Degiani, 2023

PENGARUH *SAFE CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL *MODERATING* DI HOTEL THE LANGHAM, JAKARTA (Survei terhadap tamu yang menginap di hotel The Langham, Jakarta pada masa pandemi COVID-19)

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

guna menguji layak atau tidaknya instrumen penelitian yang disebarkan kepada responden dilakukan dua tahap pengujian yakni uji validitas dan reliabilitas. Keberhasilan mutu hasil penelitian dipengaruhi oleh data yang valid dan reliabel, sehingga data yang dibutuhkan dalam penelitian harus valid dan reliabel.

2. Penelitian ini menggunakan data ordinal yang di mana data tersebut akan diubah ke data interval yaitu data yang menunjukkan jarak antara satu dengan yang lain dan mempunyai bobot yang sama serta menggunakan skala pengukuran *semantic differential*. Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu *software* atau program komputer IBM *Statistical Product for Service Solutions* (SPSS) versi 26 *for Mac*.

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Pengujian validitas dilakukan untuk mengukur bahwa terdapat kesamaan antara data yang ada dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Validitas adalah sejauh mana perbedaan dalam skor pada suatu instrumen (item-item dan kategori respon yang diberikan kepada satu variabel khusus) mencerminkan kebenaran perbedaan antara individu-individu, kelompok-kelompok atau situasi-situasi dalam karakteristik (variabel) yang diketemukan untuk ukuran. Instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang digunakan untuk memperoleh data tersebut valid atau dapat digunakan. Uji validitas digunakan untuk menguji sejauh mana item kuesioner yang valid dan mana yang tidak.

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrumen *safe customer experience* sebagai variabel X, *behavioral intention* sebagai variabel Y dan *customer satisfaction* sebagai variabel Z. Penelitian ini menggunakan validitas konstruk. Validitas konstruk menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Berdasarkan ukuran statistik bila ternyata skor semua item yang disusun

Muhammad Alyama Degiani, 2023

PENGARUH *SAFE CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL *MODERATING* DI HOTEL THE LANGHAM, JAKARTA (Survei terhadap tamu yang menginap di hotel The Langham, Jakarta pada masa pandemi COVID-19)

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

menurut dimensi konsep berkolerasi dengan skor totalnya maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Pengujian validitas dilakukan dengan mengkorelasikan antara skor *item-item* instrument menggunakan rumus *products moment* dari *Pearson*:

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

Keterangan :

r_{xy} : Korelasi skor *item* dan skor total *item*

n : Jumlah responden

x : Skor per *item* dalam variabel

y : Skor total *item* dalam variabel

$\sum x$: Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum y$: Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum x^2$: Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum y^2$: Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

Setelah keluar *output* dari pengujian menggunakan Langkah-langkah tersebut, kemudian dapat diketahui hasilnya dengan dasar keputusan pengujian validitas *item instrument* adalah sebagai berikut :

1. Nilai r_{hitung} dibandingkan dengan r_{tabel} dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.
3. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$.
4. Berdasarkan jumlah angket yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% (0,05) dan derajat kebebasan (dk) $n-2$ ($30-2=28$), maka didapat nilai r_{tabel} sebesar 0,361.

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan *software SPSS Statistic 26 for mac*. Hasil perhitungan dengan menggunakan *SPSS Statistic 26 for mac* diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti. Hasil uji validitas yang diajukan peneliti kepada 30 responden dapat dilihat pada Tabel 3.6.

TABEL 3.4
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS

No	Pernyataan	rhitung	rtabel	Keterangan
<i>Safe Customer Experience</i>				
<i>Reassurance</i>				
1.	Tingkat pengalaman tamu akan kepastian mendapatkan kamar yang bersih dan higienis pada saat waktu <i>check-in</i> di hotel The Langham, Jakarta.	0,778	0,361	<i>Valid</i>
2.	Tingkat pengalaman tamu akan keyakinan terhadap protokol kesehatan yang baik telah diterapkan oleh hotel The Langham, Jakarta pada saat menginap.	0,884	0,361	<i>Valid</i>
3.	Tingkat pengalaman tamu akan keyakinan terhindar dari virus COVID-19 selama menginap di hotel The Langham, Jakarta.	0,724	0,361	<i>Valid</i>
<i>Quickness</i>				
4.	Tingkat pengalaman tamu terhadap efesiensi waktu mendapatkan pelayanan oleh staff hotel The Langham, Jakarta.	0,907	0,361	<i>Valid</i>
5.	Tingkat pengalaman tamu mendapatkan meja yang bersih dan siap ditempati pada saat waktu sarapan di hotel The Langham, Jakarta.	0,877	0,361	<i>Valid</i>
<i>Intimacy</i>				
6.	Tingkat pengalaman tamu merasakan keakraban saat berkomunikasi dengan staff <i>guest</i> hotel The Langham, Jakarta.	0,899	0,361	<i>Valid</i>
7.	Tingkat pengalaman tamu akan kenyamanan untuk dapat berkomunikasi dengan intim bersama rekannya maupun staff hotel The Langham, Jakarta selama berada di ruang tunggu.	0,846	0,361	<i>Valid</i>
<i>Proximity</i>				
8.	Tingkat pengalaman tamu dalam merasakan keamanan dengan adanya proteksi proteksi dari penyebaran	0,858	0,361	<i>Valid</i>

Muhammad Alyama Degiani, 2023

PENGARUH *SAFE CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL *MODERATING* DI HOTEL THE LANGHAM, JAKARTA (Survei terhadap tamu yang menginap di hotel The Langham, Jakarta pada masa pandemi COVID-19)

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

9.	virus COVID-19 karena adanya jarak pada saat berkomunikasi dengan staff hotel The Langham, Jakarta. Tingkat pengalaman tamu merasakan kejelasan pada saat berkomunikasi dengan staff hotel The Langham, Jakarta.	0,825	0,361	<i>Valid</i>
<i>Customer Satisfaction</i>				
10.	Tingkat kepuasan tamu terhadap kinerja produk dan layanan yang dirasakan selama menginap di hotel The Langham, Jakarta.	0,824	0,361	<i>Valid</i>
<i>Behavioral Intention</i>				
<i>Accommodation Intention</i>				
11.	Tingkat minat tamu untuk menginap kembali di hotel The Langham, Jakarta dikemudian hari.	0,670	0,361	<i>Valid</i>
12.	Tingkat memprioritaskan The Langham, Jakarta sebagai pilihan pertama akomodasi yang akan dikunjungi.	0,591	0,361	<i>Valid</i>
13.	Tingkat minat menginap kembali di The Langham, Jakarta pada saat ada promosi.	0,713	0,361	<i>Valid</i>
<i>Recommendation Intention</i>				
14.	Tingkat keinginan tamu untuk merekomendasikan hotel The Langham, Jakarta kepada keluarga dan orang lain.	0,924	0,361	<i>Valid</i>
15.	Tingkat minat tamu untuk mengajak keluarga dan kerabatnya menginap di The Langham, Jakarta.	0,912	0,361	<i>Valid</i>
16.	Tingkat minat tamu membagikan hal positif pada saat menginap di The Langham, Jakarta.	0,907	0,361	<i>Valid</i>

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan Tabel 3.5 diatas, dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan dalam instrumen penelitian ini yang terdiri dari 16 item dikatakan valid, karena r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel} (0,361).

3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Instrumen penelitian selain valid, juga harus dapat dipercaya (reliabel). Instrumen yang reliabel itu sendiri merupakan instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama.

Muhammad Alyama Degiani, 2023

PENGARUH *SAFE CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL *MODERATING* DI HOTEL THE LANGHAM, JAKARTA (Survei terhadap tamu yang menginap di hotel The Langham, Jakarta pada masa pandemi COVID-19)

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

Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Cronbach Alpha* karena alternatif jawaban pada instrumen penelitian lebih dari dua. Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{1 - \sum \sigma b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} : Reliabilitas instrument

k : Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$: Jumlah varian total

σ_1^2 : Varian total

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varian tiap butir, kemudian jumlahkan, seperti berikut ini :

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

Keterangan :

n : Jumlah responden

x : Nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Keputusan pengujian reliabilitas ditentukan dengan menggunakan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika *cronbach alpha* > 0,70 maka *item* pertanyaan dinyatakan reliabel.
2. Jika *cronbach alpha* < 0,70 maka *item* pertanyaan dinyatakan tidak reliabel.

Angka *Cronbach Alpha* yang semakin tinggi hingga mendekati 1 dinyatakan memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi. Perhitungan dengan menggunakan *software SPSS statistic 26 for mac* telah diperoleh dan disajikan hasil pengujian reliabilitas pada Tabel 3.5 berikut:

Muhammad Alyama Degiani, 2023

PENGARUH *SAFE CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL *MODERATING* DI HOTEL THE LANGHAM, JAKARTA (Survei terhadap tamu yang menginap di hotel The Langham, Jakarta pada masa pandemi COVID-19)

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

TABEL 3.5
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No	Variabel	C α Hitung	C α Minimal	Keterangan
1.	<i>Safe Customer Experience (X)</i>	0.925	0.700	Reliabel
2.	<i>Behavioral Intention (Y)</i>	0.854	0.700	Reliabel
3.	<i>Customer Satisfaction (Z)</i>	0.935	0.700	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data, 2022

Berdasarkan Tabel 3.5 Hasil Pengujian Reliabilitas dapat diketahui bahwa setiap item pertanyaan dapat dikatakan reliabel dikarenakan nilai hitung *cronbach alpha* yang lebih besar. Pada variabel *safe customer experience* nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0.700 yaitu 0.925, lalu *customer satisfaction* dengan nilai *cronbach alpha* sebesar 0.935, sedangkan variabel *behavioral intention* memiliki nilai *cronbach alpha* sebesar 0.854.

2.2.7 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan langkah untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan secara statistik untuk melihat apakah hipotesis yang dihasilkan telah didukung oleh data (Sekaran & Bougie, 2016c). Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner.

3.2.7.1 Teknik Analisis Data Deskriptif & Verifikatif

Analisis data deskriptif pada penelitian ini adalah untuk mendapatkan data yang menggambarkan variabel yang sedang diteliti, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh *Safe Customer Experience* terhadap *customer satisfaction* dan dampaknya pada *behavioral intention*. Untuk mendapatkan gambaran deskriptif mengenai variabel yang diteliti maka dilakukan analisis sebagai berikut:

1. Langkah pertama adalah dengan analisis distribusi frekuensi yaitu distribusi matematika yang bertujuan untuk mendapatkan hitungan jumlah respon yang terkait dengan nilai-nilai berbeda dari satu variabel dan menyajikan hitungan dalam bentuk persentase (Malhotra et al., 2017b).
2. Analisis statistik *Cross Tabulation* adalah teknik statistik yang mendeskripsikan dua variabel atau lebih secara bersamaan dan

Muhammad Alyama Degiani, 2023

PENGARUH *SAFE CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL *MODERATING* DI HOTEL THE LANGHAM, JAKARTA (Survei terhadap tamu yang menginap di hotel The Langham, Jakarta pada masa pandemi COVID-19)

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

menghasilkan tabel yang mencerminkan distribusi gabungan dari dua variabel atau lebih yang memiliki jumlah kategori atau nilai berbeda yang terbatas. Distribusi frekuensi mendeskripsikan satu variabel pada satu waktu, tetapi *cross-tabulation* menjelaskan dua variabel atau lebih secara bersamaan. *Cross-tabulation* adalah penggabungan distribusi frekuensi dari dua variabel atau lebih dalam satu tabel. (Malhotra et al., 2017c).

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 data deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan variabel penelitian yaitu:

1. Analisis data deskriptif mengenai *Safe Customer Experience* di hotel The Langham, Jakarta yang terdiri dari *consumer return on investment*, *aesthetic*, *service excellence* dan *reassurance*.
2. Analisis data deskriptif mengenai *customer satisfaction* di hotel The Langham, Jakarta mengenai *pleasant life*, *engaged life* dan *meaningful life*.
3. Analisis data deskriptif mengenai *behavioral intention* tamu yang telah menginap di hotel The Langham, Jakarta yang terdiri dari *revisit intention* dan *intend to recommend*.

Setelah dilakukannya analisis deskriptif, analisis berikutnya yang dilakukan ketika keseluruhan data dari responden sudah terkumpul ialah analisis verifikatif dengan beberapa tahap berikut ini:

1. Menyusun data, melalui pemeriksaan kelengkapan data, mulai dari identitas responden hingga pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.
2. Memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul
3. Tabulasi data dilakukan dengan;

Muhammad Alyama Degiani, 2023

PENGARUH *SAFE CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL *MODERATING* DI HOTEL THE LANGHAM, JAKARTA (Survei terhadap tamu yang menginap di hotel The Langham, Jakarta pada masa pandemi COVID-19)

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

- a. Memberi 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*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi dimensi lalu dijabarkan menjadi sub variabel kemudian dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator yang dapat diukur. Pada akhirnya, indikator-indikator yang terukur ini dapat dijadikan titik tolak untuk membuat item instrumen yang berupa pertanyaan yang perlu dijawab oleh responden. Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata sebagai berikut:

TABEL 3. 6
SKOR ALTERNATIF

Alternatif Jawaban	Skala
Sangat Setuju/Selalu/Sangat Positif/Sangat Tinggi	5
Setuju/Sering/ Positif/Tinggi	4
Ragu-ragu/Kadang-kadang/Netral/Cukup	3
Tidak Setuju/Hampir Tidak Pernah/Negatif/Rendah	2
Sangat Tidak Setuju/Tidak Pernah/Sangat Negatif/ Sangat Rendah	1

Sumber: (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017a)

4. Menganalisis data;

Mengolah data-data yang diperoleh, kemudian menganalisis dengan menginterpretasi berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus statistik.

3.2.7.2 Pengujian Hipotesis

Analisis regresi dengan *Moderat Regression Analysis (MRA)*. Analisis berikutnya adalah analisis verifikatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Langkah-langkah yang akan dilakukan dalam kegiatan analisis data dalam penelitian ini yaitu:

1. *Method of Successive Internal (MSI)*

Muhammad Alyama Degiani, 2023

PENGARUH *SAFE CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL *MODERATING* DI HOTEL THE LANGHAM, JAKARTA (Survei terhadap tamu yang menginap di hotel The Langham, Jakarta pada masa pandemi COVID-19)

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

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah *ordinal scale* yaitu skala yang berbentuk peringkat yang menunjukkan suatu urutan preferensi atau penilaian. Skala ordinal ini perlu ditransformasikan menjadi skala interval dengan menggunakan *method of successive internal*. Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung frekuensi (f) pada setiap pilihan jawaban berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
- b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
- c. Berdasarkan proporsi tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
- d. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
- e. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan sebagai berikut :

$$Scaled Value = \frac{(Density\ at\ lower\ limit) - (Density\ at\ upper\ limit)}{(Area\ below\ upper\ limit) - (Area\ below\ lower\ Limit)}$$

Data penelitian yang telah bersekala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel bebas dengan variabel terikat serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

2. Menyusun data

Mengecek nama dan kelengkapan identitas responden, serta mengecek kelengkapan data yang diisi oleh responden untuk mengetahui karakteristik responden.

3. Tabulasi data

Tabulasi data yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah memberi skor pada item, menjumlahkan skor pada setiap item, menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.

4. Menganalisis data

Muhammad Alyama Degiani, 2023

PENGARUH *SAFE CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL *MODERATING* DI HOTEL THE LANGHAM, JAKARTA (Survei terhadap tamu yang menginap di hotel The Langham, Jakarta pada masa pandemi COVID-19)

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

Menganalisis data yaitu proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasikan data agar diperoleh suatu kesimpulan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Moderated Regression Analysis (MRA)*. *Moderated Regression Analysis (MRA)* merupakan aplikasi khusus regresi berganda linear dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen). *Moderated Regression Analysis (MRA)* digunakan untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih. Adapun untuk pengolahan data akan dilakukan dengan bantuan program *SPSS 26 for mac*.

Maka variabel yang dianalisis adalah variabel independen (X) yaitu *Safe Customer Experience*. Sedangkan variabel dependen (Y) adalah *behavioral intention* dengan *customer satisfaction (Z)* sebagai variabel *moderating*. Untuk bisa membuat hipotesa melalui regresi, maka data setiap variabel harus tersedia. Berdasarkan data tersebut peneliti harus menemukan persamaan regresi berganda melalui perhitungan sebagai berikut:

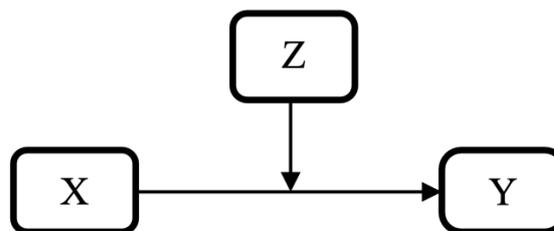
$$Y = a + b_1X + b_2Z + b_3XZ + e$$

Keterangan :

- Y : Subyek dalam variabel terikat yang diprediksikan
- a : harga Y bila X=0
- 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 *Safe Customer Experience (X)* dan *customer satisfaction (Z)* adalah variabel penyebab.

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan *Moderated Regression Analysis (MRA)* yaitu yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (X) yaitu *Safe Customer Experience (X)* dan

customer satisfaction (Z) terhadap variabel terikat (Y) yaitu *behavioral intention*, variabel Z merupakan variabel *moderating*, karena dapat melemahkan atau memperkuat hubungan antara X dan Y. Artinya, semakin tinggi X dan Z, maka semakin tinggi Y, dan sebaliknya semakin rendah X dan Z, maka semakin rendah pula Y. Maka terlebih dahulu hipotesis konseptual tersebut digambarkan dalam sebuah paradigma seperti Gambar 3.1.



GAMBAR 3. 1
REGRESI LINEAR BERGANDA

Keterangan :

X : *Safe Customer Experience* (Variabel Independen)

Y : *Behavioral Intention* (Variabel Dependen)

Z : *Customer Satisfaction* (*Moderating* Variabel)

Teknik analisis regresi linier berganda dilakukan dengan prosedur kerja sebagai berikut :

1. Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual terdistribusi normal. Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas, yaitu data sampel hendaknya memenuhi persyaratan distribusi normal. Untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak, dapat menggunakan normal probability plot.

2. Uji Asumsi Multikolinearitas

Uji multikolinieritas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat menjadi terganggu.

Parameter yang sering digunakan untuk mendeteksi multikolinieritas adalah

Muhammad Alyama Degiani, 2023
PENGARUH *SAFE CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* DENGAN
CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL *MODERATING* DI HOTEL THE LANGHAM, JAKARTA
(Survei terhadap tamu yang menginap di hotel The Langham, Jakarta pada masa pandemi
COVID-19)

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

nilai VIF (variance inflation factor). Suatu regresi dikatakan terdeteksi multikolinieritas apabila nilai VIF menjauhi 1 dan kurang dari 10.

3. Uji Asumsi Autokorelasi

Persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi, jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut tidak layak dipakai prediksi. Masalah autokorelasi baru timbul jika ada korelasi secara linier antar kesalahan pengganggu periode t (berada) dan kesalahan pengganggu periode $t-1$ (sebelumnya).

4. Uji Asumsi Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas apabila diagram pencar residualnya tidak membentuk pola tertentu.

5. Uji Linearitas

Uji linieritas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan dalam suatu empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat atau kubik. Dengan uji ini akan diperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya linear, kuadrat atau kubik. Uji linearitas bertujuan untuk memastikan hubungan antara variabel X dengan variabel Y bersifat linear, kuadrat atau dalam derajat lebih tinggi.

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

A. Secara Simultan

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

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

Keterangan :

R : Nilai kolerasi

K : Jumlah variabel independen

n : Jumlah sampel

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

Jika $f_{hitung} \geq f_{tabel}$, maka H_0 ditolak artinya X berpengaruh terhadap Y

Jika $f_{hitung} \leq f_{tabel}$, maka H_0 diterima artinya X tidak berpengaruh terhadap Y

B. Secara Parsial

Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan uji t dengan rumus Sudjana:

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

Keterangan :

r : Nilai kolerasi

n : Jumlah responden

r^2 : Besarnya pengaruh

Pengujian hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis pada pengujian parsial dapat ditulis sebagai berikut:

a. $H_0 : b_1X = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan safe customer experience terhadap *behavioral intention*.

$H_a : b_1X \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara safe customer experience terhadap *behavioral intention*.

Muhammad Alyama Degiani, 2023

PENGARUH *SAFE CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL *MODERATING* DI HOTEL THE LANGHAM, JAKARTA (Survei terhadap tamu yang menginap di hotel The Langham, Jakarta pada masa pandemi COVID-19)

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

b. Ho : $b_3XZ = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara customer satisfaction terhadap behavioral intention.

Ha : $b_3XZ \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *safe customer experience* terhadap *behavioral intention* dengan dimoderasi *customer satisfaction*