

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian menurut Creswell (2014) adalah rencana atau prosedur untuk penelitian yang mencakup asumsi-asumsi filosofis hingga metode spesifik pengumpulan dan analisis data. Menurut Sugiyono (2016) desain penelitian merupakan semua proses yang diperlukan dalam rangka merencanakan dan melaksanakan penelitian, mulai dari perumusan masalah sampai penyusunan laporan penelitian.

Berdasarkan pendapat Creswell (2014) dan Sugiyono (2019) dapat disimpulkan bahwa desain penelitian merupakan rencana lengkap yang mencakup semua langkah penting dalam penelitian. Kedua ahli sepakat bahwa desain penelitian tidak hanya berfokus pada pengumpulan data, tetapi juga melibatkan pemikiran tentang asumsi filosofis, langkah dan metode pengumpulan serta analisis data, dan bagaimana penelitian akan dijalankan. Dengan demikian, desain penelitian merupakan panduan yang membantu dalam menentukan langkah-langkah penelitian yang sistematis sehingga tujuan penelitian dapat tercapai.

Penelitian ini menerapkan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Berdasarkan Sugiyono (2019), pendekatan kuantitatif berlandaskan pada filsafat positivisme, di mana pendekatan ini diterapkan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu dengan teknik pengambilan sampel yang biasanya dilakukan secara acak. Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen penelitian yang kemudian dianalisis secara statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sedangkan, metode deskriptif menurut Nazir (2014) bertujuan untuk menggambarkan keadaan atau karakteristik objek penelitian dengan menyajikan informasi yang objektif. Metode deskriptif ini memungkinkan penelitian untuk memberikan gambaran yang

lebih mendalam mengenai persepsi responden terhadap kualitas pelayanan, kepuasan tamu, dan loyalitas tamu di The Trans Luxury Hotel Bandung.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di The Trans Luxury Hotel Bandung yang terletak secara strategis yakni berlokasi di Jalan Gatot Subroto No. 289, Bandung, Jawa Barat. Adapun jarak tempuh kurang lebih sekitar 10 menit atau 4 km dari pusat kota Bandung dan sekitar 15 menit dari Gerbang Tol Buah Batu. The Trans Luxury Hotel berada di dalam kompleks kawasan terpadu Trans Studio, yang juga mencakup Trans Studio Mall dan taman hiburan Trans Studio Bandung. Hotel ini merupakan bagian dari Trans Corp, yang merupakan anak perusahaan dari CT Corp.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi dalam konteks penelitian merujuk pada seluruh objek atau subjek yang menjadi sasaran untuk dianalisis, di mana objek atau subjek tersebut memiliki ciri-ciri tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian dan dapat digeneralisasi. Populasi ini meliputi elemen-elemen yang memiliki karakteristik spesifik yang akan dipelajari dan dijadikan dasar untuk menarik kesimpulan yang bermanfaat (Sugiyono, 2019).

Dalam penelitian ini, populasi yang dimaksud adalah seluruh tamu yang pernah menginap di The Trans Luxury Hotel Bandung, baik tamu yang menginap secara individu maupun dalam grup. Oleh karena itu, sampel dalam penelitian ini akan diambil dari sekumpulan tamu yang telah merasakan langsung berbagai layanan yang disediakan oleh hotel tersebut. Fokus utama penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi bagaimana pengalaman tamu terhadap kualitas pelayanan yang diberikan mempengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas mereka terhadap hotel.

3.3.2 Sampel

Creswell (2014) mendefinisikan sampel sebagai sekelompok individu yang dipilih dari populasi untuk mewakili populasi dalam sebuah penelitian. Dengan kata lain, sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih untuk diteliti, guna menggambarkan populasi tersebut secara lebih efektif dan efisien. Jumlah

responden yang akan dianalisis menggunakan kuesioner ditentukan berdasarkan sampel dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, responden yang dianalisis melalui kuesioner adalah tamu yang pasti telah menginap di The Trans Luxury Hotel setidaknya satu kali. Kriteria ini ditetapkan untuk memastikan bahwa responden telah mengalami pelayanan hotel secara langsung, sehingga mereka dapat memberikan penilaian yang sesuai terkait kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas.

Terdapat beberapa cara dalam menentukan jumlah sampel yang akan diambil, salah satunya berdasarkan rumus Lemeshow yang penjabaran dari rumusnya adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{z_{1-\alpha/2}^2 \times P (1 - P)}{d^2}$$

n = jumlah sampel

z = tingkat kepercayaan 95% ($z = 1,96$)

P = proporsi populasi yang tidak diketahui ($P = 0,5$)

d = *margin of error*

Dengan populasi besar tamu The Trans Luxury Hotel Bandung, maka dapat dihitung besar sampel menggunakan rumus di atas. Dikarenakan penelitian ini merupakan penelitian sosial, maka persentase *margin of error* yang dipakai sebesar 10% atau 0,10.

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5 (1 - 0,5)}{(0,10)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan di atas menggunakan rumus Lemeshow, maka minimal besar sampel yang diperoleh adalah 96,04. Dalam penelitian ini, jumlah sampel dibulatkan menjadi 100 responden. Alasan peneliti menggunakan rumus Lemeshow adalah dikarenakan jumlah populasi yang terlalu besar.

3.3.3 Teknik Sampling

Menurut Creswell (2014) teknik *sampling* merupakan proses pemilihan individu atau kelompok dari suatu populasi untuk mengambil bagian dalam sebuah penelitian. Pemilihan tersebut memiliki tujuan untuk memperoleh sampel yang representatif. Dalam penelitian ini, teknik yang dipakai adalah *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Teknik ini dipilih karena penelitian difokuskan pada kelompok tamu tertentu, yaitu tamu yang pernah menginap di The Trans Luxury Hotel, sehingga pemilihan sampel tidak dilakukan secara acak.

Non probability sampling menurut Hikmawati (2020) adalah teknik pengambilan sampel di mana setiap anggota populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Sedangkan pendekatan *purposive sampling* dilakukan dengan menetapkan kriteria khusus berdasarkan tujuan penelitian. Sampel yang diambil adalah tamu yang memenuhi kriteria berikut:

- 1) Pernah menginap di The Trans Luxury Hotel.
- 2) Berusia minimal 17 tahun.

Pendekatan ini digunakan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh relevan dan sesuai dengan fokus penelitian. Peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada tamu yang memiliki kriteria tersebut untuk memperoleh informasi yang mendukung penelitian. Selain itu, penelitian ini berfokus pada pengalaman tamu secara umum tanpa membedakan kelompok tertentu.

3.4 Instrumen Penelitian

Menurut Hikmawati (2020) penelitian pada dasarnya adalah upaya untuk melakukan pengukuran, sehingga alat yang digunakan dalam proses tersebut dikenal sebagai instrumen penelitian. Instrumen ini berfungsi sebagai alat bagi peneliti untuk mengukur fenomena alam atau sosial yang menjadi fokus penelitian, di mana fenomena-fenomena tersebut disebut sebagai variabel.

Penelitian ini menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner atau angket dimana terdiri dari pertanyaan mengenai identitas diri responden yang meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, frekuensi kunjungan, penghasilan responden setiap bulan, kemudian selanjutnya pertanyaan mengenai kualitas

pelayanan, kepuasan tamu dan loyalitas tamu pada The Trans Luxury Hotel Bandung.

Kuesioner yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner tertutup, di mana setiap pertanyaan tersebut sudah dilengkapi dengan jawaban yang telah disediakan, sehingga responden hanya perlu memilih dari alternatif jawaban yang sesuai dengan pendapat atau pilihannya. Agar memudahkan dalam menjawab kuesioner penelitian ini, setiap jawaban diberikan dalam bentuk pendapat yang diukur menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap fenomena sosial (Sarwono, 2018). *Likert scale* dengan lima poin digunakan pada penelitian ini yang setiap pilihan jawaban diberi bobot atau nilai tertentu sesuai dengan urutannya. Rincian mengenai bobot atau nilai untuk setiap pilihan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1 Skala Likert

No.	Pernyataan	Skor
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Ragu-Ragu (RR)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat Setuju (SS)	5

Sumber : Sugiyono (2021)

Skala likert sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur sikap atau opini dengan menggunakan kategori tertentu, seperti "sangat setuju" hingga "sangat tidak setuju." Namun, data yang diperoleh dari skala Likert ini bersifat ordinal, yang berarti hanya menunjukkan urutan atau ranking tanpa jarak yang konsisten antara kategori-kategori tersebut. Untuk penelitian yang membutuhkan pengukuran dengan tingkat presisi yang lebih tinggi, seperti data dengan skala interval, maka diperlukan suatu metode untuk mengonversi data ordinal menjadi data interval.

Salah satu metode yang sering digunakan untuk mengubah data ordinal menjadi data interval adalah *Method Successive Interval* (MSI). MSI berfungsi dengan cara mengidentifikasi rentang nilai yang lebih tepat antara setiap kategori skala Likert untuk menghasilkan data yang dapat dianalisis menggunakan teknik statistik yang

lebih kompleks, seperti analisis regresi atau uji perbedaan rata-rata. Dengan demikian, metode MSI membantu peneliti untuk mengatasi keterbatasan skala ordinal, yang tidak memperhitungkan jarak yang sama antar titik, sehingga memungkinkan pengukuran yang lebih tepat dan dapat diterima dalam analisis statistik yang memerlukan data interval (Sukardi, 2017).

3.5 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2016) variabel penelitian merupakan aspek dari suatu objek atau aktivitas yang memiliki perbedaan nilai dan variasi, yang diidentifikasi serta diterapkan oleh peneliti dengan tujuan untuk memperoleh hasil yang dapat diimplementasikan lebih lanjut.

Agar lebih mudah memahami dan mengidentifikasi hubungan antara variabel, setiap variabel harus didefinisikan secara operasional. Definisi operasional ini membantu mempermudah pengukuran variabel-variabel yang bersifat konseptual. Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan ada tiga, yaitu variabel bebas, variabel mediasi (*intervening*), dan variabel terikat diantaranya:

- 1) Variabel bebas (X) adalah kualitas pelayanan yang meliputi *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*.
- 2) Variabel mediasi (Y_1) adalah kepuasan tamu yang meliputi *Fulfillment*, *Pleasure*, dan *Ambivalence*.
- 3) Variabel terikat (Y_2) adalah loyalitas tamu yang meliputi *Makes regular repeat purchases*, *Purchase across product and service lines*, *Refers to others*, dan *Demonstrates immunity to the pull of the competition*.

Secara lengkap operasionalisasi dari variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini disajikan dalam Tabel 3.2 sebagai berikut:

Tabel 3.2 Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Kualitas Pelayanan (X)	Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988)				
	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	Kebersihan dan kenyamanan	Tingkat kebersihan dan kenyamanan fasilitas hotel seperti kamar, lobi, dan ruang	Ordinal	1

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		fasilitas hotel	publik		
		Penampilan staf yang profesional	Tingkat kerapian dan profesionalisme penampilan staf hotel dalam melayani tamu (<i>grooming</i>)	Ordinal	2
		Sarana hotel yang dimiliki	Tingkat keberagaman, seberapa modern dan mudah diakses fasilitas hotel	Ordinal	3
		Tata letak hotel	Tingkat tata letak hotel yang mudah dituju (<i>strategis</i>)	Ordinal	4
	<i>Reliability</i> (Keandalan)	Kesesuaian promosi dengan kondisi hotel	Tingkat kesesuaian promosi dengan layanan dan fasilitas yang disediakan (<i>konsistensi</i>)	Ordinal	5
		Kemampuan staf melakukan pemecahan masalah tamu	Tingkat kemampuan staf dalam mengatasi permasalahan	Ordinal	6
		Ketepatan waktu dalam layanan	Tingkat kemampuan memberikan pelayanan dengan tepat waktu	Ordinal	7
		Keakuratan dan ketepatan informasi dari staf	Tingkat keakuratan dan ketepatan staf dalam memberikan informasi	Ordinal	8
	<i>Responsiveness</i> (Ketanggapan)	Kecepatan respons terhadap permintaan tamu	Tingkat ketanggapan staf dalam merespon permintaan tamu	Ordinal	9
		Kesiapan membantu	Tingkat kesiapan staf dalam membantu tamu	Ordinal	10

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		tamu			
		Kemampuan penanganan situasi ramai	Tingkat kemampuan staf dalam menangani situasi ramai	Ordinal	11
		Tanggapan staf terhadap keadaan darurat	Tingkat ketanggapan staf dalam mengatasi kebutuhan mendesak atau situasi darurat yang dialami tamu	Ordinal	12
	Assurance (Jaminan)	Keahlian dan pengetahuan staf	Tingkat kepercayaan tamu terhadap kemampuan dan pengetahuan staf	Ordinal	13
		Keamanan tamu di hotel	Tingkat keamanan tamu selama berada di hotel, baik segi layanan & lingkungan	Ordinal	14
		Kepercayaan tamu terhadap staf	Tingkat kemampuan staf dalam menjaga privasi tamu	Ordinal	15
		Perasaan aman tamu terhadap hotel	Tingkat kesiapan hotel dalam menangani keadaan gawat darurat	Ordinal	16
	Empathy (Perhatian)	Perhatian pada kebutuhan pribadi tamu	Tingkat kemampuan staf memberikan perhatian pribadi kepada tamu	Ordinal	17
		Kemudahan berkomunikasi	Tingkat kemampuan komunikasi yang baik terhadap tamu	Ordinal	18
		Ketersediaan staf untuk mendengar keluhan tamu	Tingkat ketersediaan staf untuk mendengarkan keluhan tamu secara personal	Ordinal	19
		Sikap ramah dan peduli staf	Tingkat keramahan dan kepedulian staf dalam berinteraksi dengan tamu	Ordinal	20

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Kepuasan Tamu (Y ₁)	Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2009)				
	<i>Fulfillment</i>	Kesesuaian layanan dengan harapan tamu	Tingkat kepuasan terhadap layanan hotel yang sesuai harapan selama menginap	Ordinal	21
		Ketersediaan fasilitas yang lengkap	Tingkat kelengkapan fasilitas yang memenuhi kebutuhan	Ordinal	22
		Kesesuaian pengalaman menginap dengan promosi	Tingkat kesesuaian pengalaman menginap dengan promosi	Ordinal	23
		Pemenuhan kebutuhan dan keinginan tamu	Tingkat kesesuaian hotel dengan kebutuhan dan keinginan tamu	Ordinal	24
	<i>Pleasure</i>	Kesenangan yang timbul dari pengalaman positif	Tingkat kesenangan tamu ketika menikmati layanan hotel	Ordinal	25
		Kenyamanan lingkungan hotel	Tingkat kenyamanan dan kesenangan tamu terhadap lingkungan hotel (suasana, desain, area sekitar hotel)	Ordinal	26
		Kesenangan terhadap fasilitas yang digunakan	Tingkat kesenangan tamu saat menggunakan fasilitas hotel	Ordinal	27
		Kenyamanan terhadap desain dan tata	Tingkat kenyamanan terhadap desain dan tata letak hotel	Ordinal	28

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
	<i>Ambivalence</i>	letak hotel			
		Pengalaman tamu yang bertentangan	Tingkat merasakan adanya pengalaman memuaskan di beberapa aspek namun kecewa di aspek lain selama menginap	Ordinal	29
		Keputusan dalam memutuskan untuk kembali atau tidak	Tingkat kebimbangan/keraguan tamu dalam memutuskan untuk kembali menginap di hotel	Ordinal	30
		Pengalaman yang didapat tidak konsisten	Tingkat konsistensi pengalaman yang dialami oleh tamu	Ordinal	31
		Kebimbangan untuk merekomendasikan	Tingkat kebimbangan tamu untuk merekomendasikan hotel	Ordinal	32
Loyalitas Tamu (Y₂)	Griffin (2010)				
	<i>Makes regular repeat purchases</i>	Frekuensi kunjungan kembali	Tingkat frekuensi tamu menginap kembali di hotel dalam kurun waktu tertentu	Ordinal	33
		Tamu rutin menggunakan layanan tambahan	Tingkat kerutinan tamu dalam menggunakan layanan tambahan (restoran/lounge, spa, valet, dsb)	Ordinal	34
		Menjadikan hotel sebagai pilihan utama	Tingkat keinginan tamu dalam menjadikan hotel sebagai pilihan pertama untuk menginap	Ordinal	35
		Memperpanjang durasi	Tingkat keinginan tamu untuk menghabiskan waktu lebih	Ordinal	36

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
	<i>Purchase across product & service lines</i>	menginap	banyak di hotel dengan memperpanjang durasi menginap		
		Pemesanan layanan yang disediakan hotel	Tingkat keinginan memesan layanan hotel lainnya seperti <i>room service</i> , layanan antar jemput bandara/stasiun	Ordinal	37
		Melakukan <i>upgrade</i> tipe kamar	Tingkat keinginan tamu untuk <i>upgrade</i> tipe kamar	Ordinal	38
		Menggunakan fasilitas lain dari hotel	Tingkat penggunaan fasilitas hotel seperti menyewa ruang <i>meeting</i> untuk mengadakan acara	Ordinal	39
		Memanfaatkan promosi atau paket layanan yang ditawarkan hotel	Tingkat keinginan tamu memanfaatkan promosi atau paket layanan yang ditawarkan hotel selain pemesanan kamar	Ordinal	40
	<i>Refers to others</i>	Merekomendasikan hotel	Tingkat keinginan merekomendasikan hotel kepada orang lain	Ordinal	41
		Memberikan ulasan positif	Tingkat keinginan tamu memberikan ulasan positif di platform <i>online</i>	Ordinal	42
		Membagikan pengalaman positif	Tingkat keinginan tamu membagikan pengalaman positifnya di hotel ini kepada orang lain melalui cerita	Ordinal	43
		Mengajak teman atau keluarga	Tingkat keinginan tamu mengajak teman atau keluarganya untuk menginap	Ordinal	44

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
	<i>Demonstrates immunity to the pull of the competition</i>	menginap bersama	di hotel ini		
		Penolakan terhadap penawaran hotel pesaing	Tingkat kesetiaan tamu untuk tetap memilih hotel meskipun ada penawaran dari hotel lain	Ordinal	45
		Tidak tertarik berpindah ke hotel lain meskipun ada promosi lebih menarik dari kompetitor	Tingkat kesetiaan tamu untuk tetap memilih hotel meskipun ada diskon menarik dari hotel lain	Ordinal	46
		Loyal meskipun harga naik	Tingkat kesetiaan tamu untuk tetap menginap di hotel ini untuk kunjungan berikutnya meskipun terjadi kenaikan harga kamar	Ordinal	47
		Tetap menginap di hotel ini meskipun kompetitor memiliki fasilitas yang serupa	Tingkat kesetiaan tamu untuk tetap menginap di hotel ini meskipun hotel lain menawarkan fasilitas yang setara	Ordinal	48

Sumber: Olahan Peneliti (2024)

3.6 Jenis dan Sumber Data

Penelitian dianggap valid apabila data yang diperoleh berkualitas serta lengkap. Sumber data adalah subjek dalam penelitian, dari mana peneliti memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan penelitian (Hikmawati, 2020). Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder.

Shafa Eka Nasyanda, 2025

KEPUASAN TAMU SEBAGAI MEDIATOR ANTARA KUALITAS PELAYANAN DAN LOYALITAS TAMU DI THE TRANS LUXURY HOTEL BANDUNG

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

3.6.1 Data Primer

Data primer adalah informasi yang diperoleh langsung dari sumbernya oleh peneliti (Hikmawati, 2020). Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data asli dari tamu yang pernah menginap di The Trans Luxury Hotel Bandung melalui penyebaran kuesioner *online*. Kuesioner tersebut berisikan tanggapan tamu mengenai kualitas pelayanan, kepuasan tamu dan loyalitas tamu.

3.6.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapatkan secara tidak langsung melalui perantara seperti dokumen atau orang lain (Hikmawati, 2020). Data sekunder dapat diperoleh dari buku, laporan data, dan statistik yang berasal dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Pada penelitian ini penulis pun menggunakan data sekunder yang diperoleh dengan menggunakan metode studi literatur.

Berdasarkan pengertian yang telah dijelaskan mengenai jenis dan sumber data, penulis menuliskan jenis data dan sumber data yang dikelompokkan dalam tabel berikut:

Tabel 3.3 Jenis dan Sumber Data

No.	Data	Jenis Data	Sumber Data
1	Data Jumlah Tamu <i>Member</i> yang Menginap di The Trans Luxury Hotel Bandung tahun 2021 – 2023	Sekunder	<i>Reservation</i> The Trans Luxury Hotel Bandung
2	Data Ulasan Negatif Tamu dari <i>Google Review & TripAdvisor</i> mengenai The Trans Luxury Hotel Bandung pada Tahun 2022 – 2024	Sekunder	<i>Google Review & www.tripadvisor.com</i>
3	Data Ulasan Negatif Tamu dari <i>Booking.com</i> mengenai The Trans Luxury Hotel Bandung pada Tahun 2022 – 2024	Sekunder	<i>www.booking.com</i>
4	Tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan di The Trans Luxury Hotel Bandung	Primer	Penyebaran kuesioner kepada tamu yang pernah menginap di The Trans Luxury Hotel Bandung
5	Tanggapan responden mengenai kepuasan tamu di The Trans Luxury Hotel Bandung	Primer	Penyebaran kuesioner kepada tamu yang pernah

No.	Data	Jenis Data	Sumber Data
			menginap di The Trans Luxury Hotel Bandung
6	Tanggapan responden mengenai loyalitas tamu di The Trans Luxury Hotel Bandung	Primer	Penyebaran kuesioner kepada tamu yang pernah menginap di The Trans Luxury Hotel Bandung

Sumber: Olahan Peneliti (2024)

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian, teknik pengumpulan data merupakan metode yang digunakan dalam setiap penelitian. Teknik ini sangat penting dalam pelaksanaan penelitian karena pengumpulan data adalah salah satu tujuan utama dari penelitian tersebut (Sugiyono, 2019).

3.7.1 Studi Literatur

Menurut Creswell (2014) studi literatur adalah langkah awal dalam proses penelitian yang melibatkan pencarian, pengkajian, dan penguraian hasil penelitian yang sudah ada terkait topik yang sedang diteliti. Hal ini bertujuan untuk menemukan celah atau ruang dalam penelitian yang belum terjawab. Sugiyono (2016) menjelaskan bahwa studi literatur merupakan metode pengumpulan data dengan cara menelaah literatur, baik dari buku, jurnal, maupun sumber tertulis lainnya yang relevan dengan penelitian. Studi ini dilakukan untuk memperdalam konsep atau teori yang digunakan dalam penelitian.

Berdasarkan pendapat para ahli, dapat penulis simpulkan bahwa studi literatur merupakan bagian penting dalam proses penelitian, karena berfungsi sebagai langkah awal untuk memahami konteks dan latar belakang topik yang akan diteliti. Melalui studi literatur, peneliti dapat menggali informasi dari berbagai sumber yang relevan, seperti buku, jurnal, dan artikel, sehingga bisa memperdalam pemahaman terhadap teori dan konsep yang akan digunakan. Penulis menggunakan studi literatur untuk mendapatkan penjelasan terkait variabel yang diteliti berdasarkan pendapat para ahli. Penulis mencari teori dari berbagai sumber yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, kepuasan tamu, dan juga loyalitas tamu yang berguna untuk penelitian.

3.7.2 Kuesioner

Pada penelitian kuantitatif, biasanya peneliti menggunakan metode pengumpulan data seperti angket atau kuesioner (Jailani, 2023). Dalam teknik ini, pengumpulan data dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau dilakukan tertulis kepada responden untuk dijawab (Hikmawati, 2020). Arikunto (2010) menyatakan bahwa kuesioner adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain dengan maksud agar orang yang diberi tersebut bersedia memberikan respons sesuai dengan permintaan peneliti. Kuesioner biasanya digunakan pada penelitian yang ingin memperoleh data dari populasi yang cukup besar dengan waktu yang terbatas.

Berdasarkan pendapat para ahli, kuesioner adalah salah satu teknik pengumpulan data yang sering digunakan dalam penelitian kuantitatif karena sifatnya yang efisien dan mudah diterapkan. Dengan kuesioner, peneliti dapat mengumpulkan data secara cepat dan terstruktur, terutama jika penelitian melibatkan banyak partisipan. Teknik ini membantu peneliti mendapatkan gambaran umum dari opini atau persepsi responden terhadap variabel-variabel yang sedang diteliti.

Pada penelitian ini, kuesioner dibuat menggunakan platform *Google Form* yang mana item pernyataannya dirancang untuk menangkap persepsi umum tamu terhadap kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas, yang kemudian disebarkan kepada tamu yang pernah menginap di The Trans Luxury Hotel. Penyebaran dilakukan melalui media sosial seperti Instagram serta aplikasi pesan WhatsApp untuk menjangkau responden dengan lebih mudah dan efisien. Pendekatan ini memungkinkan pengumpulan data secara cepat dan terstruktur, terutama dari target responden yang relevan.

3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.8.1 Uji Validitas

Menurut Janna (2021) uji validitas adalah proses yang bertujuan untuk menentukan apakah suatu alat ukur, seperti kuesioner, dapat dianggap valid atau tidak. Dalam konteks ini, alat ukur merujuk pada pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner tersebut. Kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan-

pertanyaan yang diajukan mampu mencerminkan atau mengungkapkan variabel yang diukur. Penelitian ini menggunakan validitas konstruk, yang berfungsi untuk menilai sejauh mana hasil penelitian sejalan dengan definisi atau batasan teori yang telah dirumuskan oleh para ahli mengenai konsep yang dikaji (Budiastuti & Bandur, 2018). Kevalidan instrumen kemudian diuji menggunakan rumus korelasi *product moment*, yang diperkenalkan oleh *Pearson*, dengan rumus 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 : Yusup (2018)

Keterangan:

- r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y yang dikorelasikan
- n = Jumlah sampel yang akan diuji
- x = Skor yang diperoleh subjek seluruh item
- y = Skor total
- $\sum x$ = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum xy$ = Jumlah perkalian faktor korelasi variabel X dan Y
- $\sum x^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
- $\sum y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

Setiap item pernyataan diuji validitasnya dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Uji validitas instrumen dilakukan terlebih dahulu melalui uji coba kepada 30 responden. Pengolahan data dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS 27 (*Statistical Program of Social Science*).

Perhitungan validitas dinyatakan valid jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dengan nilai r_{tabel} minimum sebesar 0,361. Keputusan uji validitas responden menurut Sugiyono (2021) dengan menggunakan taraf signifikan sebagai berikut:

- a) Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.
- b) Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$.

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

No.	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
KUALITAS PELAYANAN (X)				
<i>Tangibles</i>				
1	Menurut saya <i>lobby</i> , kamar, dan area publik di The Trans Luxury Hotel selalu dalam keadaan bersih dan nyaman	0,790	0,361	Valid
2	Menurut saya, staf di The Trans Luxury Hotel berpenampilan rapi, bersih, dan profesional	0,892	0,361	Valid
3	Menurut saya, fasilitas yang dimiliki The Trans Luxury Hotel beragam, mudah diakses, modern dan terawat dengan baik sesuai dengan standar hotel bintang 5 (<i>Room, Restaurant & Lounge, Pool, Gym, Kids Club, Parking Area</i>)	0,783	0,361	Valid
4	Menurut saya, The Trans Luxury Hotel terletak pada lokasi yang strategis sehingga mudah dituju	0,701	0,361	Valid
<i>Reliability</i>				
5	Menurut saya, pelayanan dan fasilitas (<i>Room, Restaurant & Lounge, Pool, Gym, Kids Club, Parking Area</i>) yang diberikan oleh The Trans Luxury Hotel sesuai dengan standar yang dijanjikan (sesuai dengan promosi yang saya lihat)	0,759	0,361	Valid
6	Menurut saya, staf hotel mampu mengatasi dengan baik jika terdapat keluhan dari tamu	0,917	0,361	Valid
7	Menurut saya, staf hotel selalu memberikan layanan dengan tepat waktu (contoh: proses <i>check-in/out, room service</i> , pengantaran makanan)	0,805	0,361	Valid
8	Menurut saya, staf hotel dapat memberikan informasi yang akurat mengenai fasilitas yang didapat beserta aktivitas yang bisa dilakukan	0,822	0,361	Valid
<i>Responsiveness</i>				
9	Saya merasa staf hotel responsif dalam menanggapi permintaan tamu	0,844	0,361	Valid
10	Saya merasa staf hotel sigap membantu ketika tamu memerlukan bantuan	0,881	0,361	Valid
11	Saya merasa staf hotel dapat menangani tamu dengan baik	0,819	0,361	Valid

Shafa Eka Nasyanda, 2025

KEPUASAN TAMU SEBAGAI MEDIATOR ANTARA KUALITAS PELAYANAN DAN LOYALITAS TAMU DI THE TRANS LUXURY HOTEL BANDUNG

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

No.	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
	ketika situasi hotel ramai pengunjung			
12	Saya merasa percaya bahwa staf hotel mampu menanggapi situasi darurat dengan baik	0,853	0,361	Valid
Assurance				
13	Menurut saya, staf hotel mampu meyakinkan saya terhadap keamanan dan kenyamanan kamar hotel (contoh: merasa aman ketika meninggalkan barang di kamar)	0,827	0,361	Valid
14	Saya merasa nyaman selama berada di The Trans Luxury Hotel karena staf mampu melayani dengan baik, serta lingkungan hotel bersih dan tertata dengan baik	0,819	0,361	Valid
15	Saya merasa staf hotel dapat menjaga privasi yang dimiliki oleh setiap tamu	0,818	0,361	Valid
16	Menurut saya, The Trans Luxury Hotel memiliki sistem keamanan yang baik, seperti adanya <i>security</i> dan jalur evakuasi jika terjadi situasi gawat darurat	0,743	0,361	Valid
Empathy				
17	Saya merasa staf hotel mengutamakan kepentingan tamu dengan baik	0,854	0,361	Valid
18	Saya merasa mudah berkomunikasi dengan staf The Trans Luxury Hotel	0,828	0,361	Valid
19	Saya merasa staf hotel mampu mengutamakan rasa kenyamanan tamu	0,883	0,361	Valid
20	Menurut saya, staf hotel selalu bersikap ramah dan peduli terhadap saya	0,761	0,361	Valid
KEPUASAN TAMU (Y_1)				
Fulfillment				
21	Saya merasa puas terhadap pelayanan The Trans Luxury Hotel yang sesuai dengan harapan saya selama menginap	0,620	0,361	Valid
22	Saya merasa puas dengan fasilitas yang ada di The Trans Luxury Hotel (<i>Restaurant, Pool, Gym, Kids Club, Parking Area</i>) karena memenuhi kebutuhan saya selama menginap	0,587	0,361	Valid
23	Saya merasa puas selama menginap karena saya mendapatkan pengalaman yang sesuai dengan apa yang hotel ini promosikan atau janjikan	0,700	0,361	Valid

No.	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
24	Saya merasa puas dengan semua fasilitas yang ada di kamar hotel karena kebutuhan dan keinginan saya terpenuhi dengan baik selama menginap	0,617	0,361	Valid
<i>Pleasure</i>				
25	Saya merasa senang dengan pelayanan yang saya terima dari The Trans Luxury Hotel	0,599	0,361	Valid
26	Saya merasa nyaman dan senang terhadap lingkungan hotel dimulai dari suasana, desain interior, dan area sekitar hotel	0,608	0,361	Valid
27	Saya merasa senang saat menikmati fasilitas yang disediakan oleh hotel selama menginap (Room, Restaurant & Lounge, Pool, Gym, Kids Club, Parking Area)	0,523	0,361	Valid
28	Saya merasa nyaman dengan desain dan tata letak The Trans Luxury Hotel	0,669	0,361	Valid
<i>Ambivalence</i>				
29	Saya merasa puas dengan beberapa aspek di hotel ini, namun ada hal lain yang mengecewakan selama menginap (contoh: puas dengan fasilitas yang disediakan, namun kurang nyaman dengan pelayanan yang diberikan)	0,451	0,361	Valid
30	Saya merasa bimbang jika memutuskan untuk kembali menginap di The Trans Luxury Hotel pada kunjungan berikutnya	0,535	0,361	Valid
31	Saya merasa puas dengan pengalaman yang saya dapatkan selama menginap di hotel ini, namun ada pula momen di mana saya mendapat pengalaman mengecewakan	0,558	0,361	Valid
32	Menurut saya, meskipun ada beberapa hal yang saya sukai, saya masih ragu untuk merekomendasikan hotel ini kepada orang lain	0,645	0,361	Valid
LOYALITAS TAMU (Y_2)				
<i>Makes regular repeat purchases</i>				
33	Saya akan kembali menginap di hotel ini dalam kurun waktu satu tahun ke depan	0,732	0,361	Valid
34	Saya menggunakan layanan tambahan selama menginap di	0,789	0,361	Valid

No.	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
	The Trans Luxury Hotel (Contoh: Spa, Valet, Add Laundry, makan di Restaurant & Lounge selain breakfast, atau layanan lainnya)			
35	Saya akan menjadikan The Trans Luxury Hotel sebagai pilihan pertama ketika ingin menginap	0,688	0,361	Valid
36	Saya akan memperpanjang durasi menginap saya di the Trans Luxury Hotel di lain waktu	0,866	0,361	Valid
Purchase across product & service lines				
37	Saya senang untuk memesan produk atau layanan hotel lainnya (menambah <i>extra bed</i> , membeli <i>hotel souvenir/merchandise</i> di <i>Arsa Boutique</i> , memakai layanan <i>room service</i> , layanan antar jemput bandara/stasiun)	0,750	0,361	Valid
38	Saya akan melakukan <i>upgrade</i> tipe kamar ketika menginap kembali di The Trans Luxury Hotel	0,797	0,361	Valid
39	Saya berencana untuk menggunakan fasilitas lain dari hotel seperti menyewa ruang <i>meeting (Boardroom, Ballroom</i> atau <i>Convention Center)</i> untuk mengadakan acara	0,495	0,361	Valid
40	Saya sering memanfaatkan promosi (<i>special offers</i>) atau paket layanan yang ditawarkan The Trans Luxury Hotel selain pemesanan kamar	0,910	0,361	Valid
Refers to others				
41	Saya akan merekomendasikan The Trans Luxury Hotel kepada keluarga, teman, ataupun rekan bisnis saya	0,772	0,361	Valid
42	Saya memberikan ulasan positif mengenai hotel ini di platform ulasan <i>online</i> ataupun media sosial	0,688	0,361	Valid
43	Saya sering menceritakan pengalaman positif saya di The Trans Luxury Hotel kepada orang lain	0,816	0,361	Valid
44	Saya sering mengajak teman dan keluarga saya untuk menginap bersama di The Trans Luxury Hotel	0,889	0,361	Valid
Demonstrates immunity to the pull of the competition				
45	Saya akan tetap memilih The Trans Luxury Hotel meskipun ada penawaran menarik dari hotel lain	0,890	0,361	Valid
46	Saya akan tetap memilih The Trans Luxury Hotel	0,951	0,361	Valid

No.	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
	meskipun hotel lain menawarkan diskon atau harga yang lebih murah			
47	Saya akan tetap kembali menginap di The Trans Luxury Hotel meskipun ada peningkatan harga	0,844	0,361	Valid
48	Saya akan tetap menginap di The Trans Luxury Hotel meskipun hotel lain menawarkan fasilitas yang serupa	0,910	0,361	Valid

Sumber : Hasil Olahan Peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 3.4 di atas, hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan, kepuasan tamu, dan loyalitas tamu menunjukkan bahwa setiap item pernyataan dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan nilai r_{hitung} pada setiap item lebih besar daripada nilai r_{tabel} yaitu 0,361. Nilai r_{tabel} diperoleh menggunakan rumus *degree of freedom* (df) = $n-2$ dengan taraf signifikansi 5% digunakan agar mendapatkan nilai r_{tabel} . Dalam uji validitas ini, pengambilan sampel diambil sejumlah 30 responden, sehingga diperoleh nilai $df = 30-2 = 28$. Berdasarkan tabel r *product moment* pada signifikansi 5% diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Oleh karena itu, seluruh item pernyataan dinyatakan layak dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat tersebut dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran diulang (Dewi, 2018). Menurut Sekaran & Bougie (2016), reliabilitas menunjukkan stabilitas dan konsistensi instrumen dalam mengukur konsep serta membantu menilai kualitas ukuran. Menurut Suwartono *et al.* (2017) reliabilitas adalah sejauh mana gejala yang sama dapat diuji kembali pada periode yang berbeda dengan hasil yang pada dasarnya sama. Hubungan antara skor dari beberapa skala administratif digunakan untuk mengevaluasi reliabilitas; hubungan yang tinggi menunjukkan bahwa skala tersebut menghasilkan temuan yang konsisten dan dapat dipercaya.

Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa data dianggap dapat dipercaya jika instrumen yang digunakan telah melalui uji reliabilitas. Instrumen dikatakan reliabel jika telah diuji pada beberapa subjek yang sama secara berulang dan hasilnya tetap konsisten. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus

yang diusulkan oleh Ghazali (2018) dengan pengukuran satu kali menggunakan bantuan software SPSS dan uji statistik *Cronbach's Alpha* (α). Kriteria penentuan nilai *Cronbach's Alpha* adalah sebagai berikut:

- Pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,70$.
- Pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel dinyatakan tidak reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,70$.

Koefisien reliabilitas digunakan untuk menunjukkan tingkat reliabilitas dalam suatu penelitian. Berikut rumus koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* menurut Sugiyono (2021) :

$$r^{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

Keterangan:

r^{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pertanyaan

$\sum S_i^2$ = Jumlah varian skor butir yang valid

S_t^2 = Varian total

Untuk mengetahui jumlah varian butir pertanyaan menggunakan rumus berikut:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

σ = Jumlah varian

x = Nilai skor yang dipilih

Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Alpha Cronbach	Cronbach Minimal	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	0,972	0,700	Reliabel
2	Kepuasan Tamu	0,798	0,700	Reliabel
3	Loyalitas Tamu	0,962	0,700	Reliabel

Sumber : Hasil Olahan Peneliti (2024)

3.9 Teknik Analisis Data

Teknik analisis merupakan serangkaian metode yang digunakan untuk menguji, mengolah, memahami, dan menginterpretasikan data yang dikumpulkan dalam penelitian, dengan tujuan mendapatkan informasi atau wawasan baru terkait persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu. Menurut Sekaran & Bougie (2016), analisis data melibatkan proses statistik untuk menilai apakah data yang terkumpul mendukung hipotesis yang diajukan.

3.9.1 Analisis Data Deskriptif

Menurut Sugiyono (2016), analisis deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul apa adanya, tanpa bertujuan untuk membuat kesimpulan yang berlaku secara umum atau generalisasi. Setiap variabel dalam penelitian dilakukan analisis deskriptif seperti berikut:

- 1) Analisis deskriptif mengenai tanggapan tamu tentang Kualitas Pelayanan di The Trans Luxury Hotel.
- 2) Analisis deskriptif mengenai tanggapan tamu tentang Kepuasan Tamu di The Trans Luxury Hotel.
- 3) Analisis deskriptif mengenai tanggapan tamu tentang Loyalitas Tamu di The Trans Luxury Hotel.

Menurut Wahyuni (2020), statistika deskriptif umumnya mencakup beberapa aspek berikut:

- 1) Penyajian data dalam bentuk tulisan, tabel, dan diagram, seperti diagram garis, batang, lingkaran, dan titik.
- 2) Distribusi frekuensi, baik relatif maupun kumulatif.
- 3) Ukuran pemusatan, seperti rata-rata hitung (*mean*), median, modus, dan rata-rata ukur.
- 4) Ukuran letak, seperti kuartil, desil, dan persentil.
- 5) Ukuran penyebaran data, seperti range, simpangan rata-rata, standar deviasi/simpangan baku, *skewness* (kemencengan), dan kurtosis.

Dalam penelitian ini, analisis statistik deskriptif diinterpretasikan dengan menyusun tabel frekuensi distribusi yang menyajikan skor dari tanggapan responden mengenai setiap variabel. Dengan menggunakan teknik persentase skor dari setiap pertanyaan yang perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Persentase skor} = \frac{\text{Skor Aktual}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\%$$

Sumber: Narimawati (2007)

Hasil perhitungan persentase skor dilakukan pada setiap dimensi dalam masing-masing variabel penelitian. Kemudian dari persentase skor atau skor total setiap variabel akan divisualisasikan dalam bentuk garis kontinum, yang berguna untuk mengelompokkan data ke dalam kategori penilaian. Sebelum menghitung interval untuk garis kontinum dilakukan perhitungan nilai indeks untuk mendapatkan nilai *range* dengan rumus berikut.

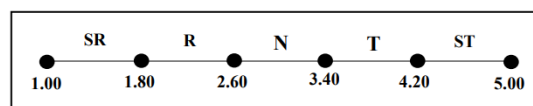
Nilai maksimum = 5 x jumlah item x jumlah responden

Nilai minimum = 1 x jumlah item x jumlah responden

Kemudian garis kontinum dibuat berdasarkan interval yang dihitung dengan rumus berikut:

$$\text{Jarak Interval} = \frac{\text{Range}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

Selanjutnya, interval yang didapatkan akan divisualisasikan dalam bentuk grafik yang disebut garis kontinum.



Gambar 3.1 Garis Kontinum Penelitian

Sumber : Sugiyono (2019)

Keterangan:

1.00 – 1.80	Sangat Rendah
1.81 – 2.60	Rendah
2.61 – 3.40	Netral
3.41 – 4.20	Tinggi
4.21 – 5.00	Sangat Tinggi

3.9.2 Analisis Data Verifikatif

Menurut Arifin (2014), penelitian verifikatif bertujuan untuk menguji kebenaran dari konsep, prinsip, prosedur, atau praktik ilmu yang sudah ada. Tujuan penelitian verifikatif ini adalah untuk menguji kebenaran sebuah hipotesis melalui pengumpulan data lapangan. Dalam penelitian ini, metode analisis verifikatif yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*) dengan bantuan *software IBM SPSS 27*. Analisis utama bertujuan untuk menguji apakah model jalur yang dibentuk dapat teruji secara empiris atau tidak. Selain itu, analisis jalur juga digunakan untuk mengidentifikasi pengaruh langsung dan tidak langsung dari sejumlah variabel eksogen terhadap variabel endogen. Analisis jalur merupakan salah satu jenis analisis multivariate yang mempelajari pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel sebab terhadap variabel akibat, dengan hubungan kausal yang dibentuk berdasarkan model teori.

3.9.2.1 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian analisis jalur, penting untuk melakukan uji asumsi klasik sebagai prasyarat yang harus dipenuhi. Data harus memenuhi persyaratan uji statistik sebelum analisis jalur dilakukan (Sandjojo, 2020). Adapun uji asumsi klasik pada penelitian ini sebagai berikut:

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk memeriksa apakah data dalam penelitian memiliki distribusi normal. Menurut Arikunto (2009) uji normalitas digunakan untuk menguji sebaran data dalam penelitian. Sementara itu, Santoso (2014) menekankan bahwa data yang berdistribusi normal memungkinkan hasil penelitian untuk digeneralisasikan ke populasi.

Salah satu metode yang digunakan adalah *Kolmogorov-Smirnov*, yang bertujuan untuk menilai normalitas distribusi dari setiap variabel. Keunggulan dari metode ini yaitu dapat menghasilkan interpretasi yang konsisten. Uji normalitas dilakukan menggunakan *software IBM SPSS 27*, adapun kriteria dalam pengambilan keputusan berdasarkan uji *Kolmogorov-Smirnov* sebagai berikut:

- a) Jika nilai signifikansi (Sig) > 0,05 maka data dianggap berdistribusi normal.

b) Jika nilai signifikansi (Sig) < 0,05 maka data dianggap tidak berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah metode yang digunakan untuk mengidentifikasi potensi penyimpangan dalam model regresi. Uji ini bertujuan untuk memastikan bahwa variabel bebas, mediasi, dan terikat dalam penelitian ini tidak memiliki korelasi yang sangat tinggi yang dapat mengganggu hasil analisis. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Pedoman yang digunakan dalam menentukan ada atau tidaknya multikolinearitas adalah sebagai berikut:

- a) Terdapat gejala multikolinearitas jika nilai VIF > 10 dan nilai *tolerance* < 0,01.
- b) Tidak terdapat gejala multikolinearitas jika nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0,01.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi menunjukkan perbedaan varians antar pengamatan. Jika varians residu antar pengamatan konstan maka kondisi ini disebut homoskedastisitas, sebaliknya jika bervariasi maka disebut heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan Uji Glejser, dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

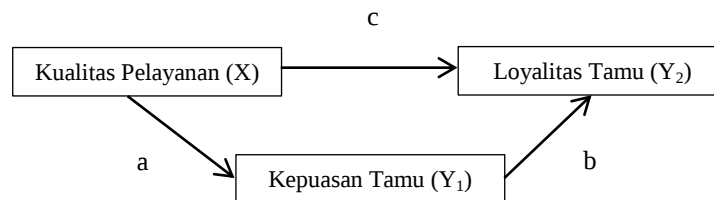
- a) Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas jika nilai signifikansi (Sig.) > 0,05.
- b) Terjadi gejala heteroskedastisitas jika nilai signifikansi (Sig.) < 0,05.

3.9.3 Uji Analisis Jalur

Analisis jalur (*Path Analysis*) adalah pengembangan dari analisis regresi linear berganda yang digunakan untuk memperkirakan hubungan kausal antar variabel berdasarkan model yang dibentuk dari teori. Analisis ini tidak menentukan hubungan sebab-akibat secara langsung dan tidak bisa digunakan sebagai pengganti untuk menguji hubungan kausal antar variabel. Fungsinya adalah untuk menentukan pola hubungan di antara tiga atau lebih variabel, dan tujuan utamanya adalah memperoleh koefisien jalur dari setiap variabel independen.

Menurut Sani & Maharani (2013), tahapan dalam melakukan analisis jalur (*path analysis*) adalah sebagai berikut:

- 1) Merancang model berdasarkan konsep dan teori dengan menggunakan diagram jalur.
- 2) Pada diagram jalur, terdapat dua jenis panah:
 - a) Panah satu arah menunjukkan pengaruh langsung (koefisien jalur) dari variabel eksogen, seperti kualitas pelayanan, terhadap variabel endogen, seperti kepuasan tamu dan loyalitas tamu.
 - b) Panah yang menunjukkan pengaruh tidak langsung antara variabel eksogen (kualitas pelayanan) dan variabel endogen (kepuasan tamu dan loyalitas tamu).



Gambar 3.2 Model Analisis Jalur

Berdasarkan Gambar 3.2, setiap nilai "a", "b", dan "c" menggambarkan jalur serta koefisien jalur antar variabel:

- a) Pengaruh langsung (*Direct Effect*) Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Tamu (c).
- b) Pengaruh tidak langsung (*Indirect Effect*) Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Tamu melalui Kepuasan Tamu ($a \times b$).
- c) Pengaruh total ($c + (a \times b)$).

Pengaruh langsung terjadi ketika satu variabel memengaruhi variabel lain tanpa adanya variabel intervening sebagai mediator. Sedangkan pengaruh tidak langsung terjadi ketika ada variabel intervening yang memediasi hubungan kedua variabel tersebut. Kemudian pengaruh total adalah hasil dari penjumlahan antara pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung.

3.10 Pengujian Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan yang dapat diuji secara empiris yang terdiri dari hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1). Pengujiannya bertujuan untuk mendukung atau menolak klaim penelitian. Penelitian ini menggunakan analisis jalur yang merupakan metode lanjutan dari regresi (Santoso, 2014) untuk menguji pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Tamu terhadap Loyalitas tamu, dengan Kepuasan Tamu sebagai mediasi.

3.10.1 Secara Parsial (Uji T)

Uji t (parsial) merupakan metode pengujian hipotesis yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen dan variabel dependen. Menurut Ghozali (2018), uji statistik t digunakan untuk mengevaluasi pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis nol (H_0) menyatakan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara variabel independen dan variabel dependen, sedangkan hipotesis alternatif (H_1) menyatakan adanya pengaruh signifikan antara keduanya.

Keputusan untuk membuat kesimpulan mengenai H_0 ditolak atau H_1 diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan, didasarkan pada nilai signifikansi yang diperoleh dari tabel *Coefficients*. Biasanya, tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95% dengan taraf signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$). Kriteria uji statistik t menurut Ghozali (2016) adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi uji $t > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang berarti tidak terdapat pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikansi uji $t < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti terdapat pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen.

Sehingga, asumsi hipotesis pada penelitian ini yaitu:

a) Hipotesis 1

H_0 : $\text{sig} > \alpha$ (0,05), artinya tidak terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu

H_1 : $\text{sig} < \alpha$ (0,05), artinya terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu

b) Hipotesis 2

H_0 : $\text{sig} > \alpha$ (0,05), artinya tidak terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Tamu

H_1 : $\text{sig} < \alpha$ (0,05), artinya terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Tamu

c) Hipotesis 3

H_0 : $\text{sig} > \alpha$ (0,05), artinya tidak terdapat pengaruh antara Kepuasan Tamu terhadap Loyalitas Tamu

H_1 : $\text{sig} < \alpha$ (0,05), artinya terdapat pengaruh antara Kepuasan Tamu terhadap Loyalitas Tamu

3.10.2 Secara Simultan (Uji F)

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan secara bersama-sama dengan Kepuasan Tamu sebagai variabel mediasi berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Tamu. Pengujian dilakukan dengan menggunakan analisis varians (ANOVA). Dapat dikatakan pengaruh yang cukup besar antara variabel bebas dan mediasi secara bersamaan pada variabel terikat jika nilai signifikansi kurang dari nilai α (0,05) dan $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$.

Derajat kebebasan ($df = n-K-1$) digunakan untuk menentukan taraf signifikansi α guna membandingkan nilai F_{hitung} dan F_{tabel} . Jika $p \leq \alpha$, maka terdapat pengaruh signifikan antara variabel-variabel tersebut, sedangkan jika $p > \alpha$ maka tidak ada pengaruh signifikan. Uji F mengukur pengaruh simultan variabel X dan variabel Y_1 secara bersamaan terhadap variabel Y_2 . Hipotesis simultan (F) dalam penelitian ini sebagai berikut:

Hipotesis keempat : Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Tamu melalui Kepuasan Tamu sebagai variabel mediasi di The Trans Luxury Hotel Bandung.

H_0 : Tidak terdapat pengaruh simultan yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu dan Loyalitas Tamu baik secara langsung maupun mediasi.

H_1 : Terdapat pengaruh simultan yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu dan Loyalitas Tamu baik secara langsung maupun mediasi.

3.10.3 Koefisien Korelasi

Analisis korelasi mengidentifikasi arah dan kekuatan hubungan antara dua atau lebih variabel. Arah hubungan ditunjukkan sebagai positif atau negatif, sementara kekuatannya diukur oleh besarnya koefisien korelasi. Abdurahman *et al.* (2011) menyatakan bahwa "angka koefisien korelasi berkisar antara 0 hingga $\pm 1,00$," di mana nilai 1,00 mewakili korelasi maksimum, dan nilai 0 menunjukkan tidak ada korelasi. Tanda plus atau minus ($\pm$) pada koefisien korelasi menunjukkan arah hubungan, bukan sebagai nilai aljabar. Koefisien positif (+) menunjukkan hubungan searah, sementara koefisien negatif (-) menunjukkan arah hubungan yang berlawanan. Jika koefisien bernilai nol (0), maka tidak ada hubungan antara variabel. Tingkat kekuatan hubungan antara variabel dapat dianalisis lebih lanjut dengan membandingkan koefisien korelasi yang diperoleh dengan tabel korelasi berikut.

Tabel 3.6 Guilford Empiric Rules

Koefisien	Hubungan
$0,00 - < 0,20$	Sangat Lemah (Diabaikan, dianggap tidak ada)
$\geq 0,20 - < 0,40$	Rendah
$\geq 0,40 - < 0,70$	Sedang atau Cukup
$\geq 0,70 - < 0,90$	Kuat atau Tinggi
$\geq 0,90 - < 1,00$	Sangat Kuat atau Tinggi

Sumber : J.P Guilford, *Fundamental Statistic in Psychology and Education* dalam Abdurrahman *et al* (2011)

3.10.4 Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui sejauh mana kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat, digunakan rumus koefisien determinasi. Jika nilai koefisien determinasi rendah, berarti kemampuan variabel independen dalam menggambarkan variabel dependen sangat terbatas. Sebaliknya, semakin tinggi nilai koefisien determinan, semakin baik variabel independen tersebut menjelaskan variabel (Ghozali, 2018).

Rumus yang digunakan untuk menghitung kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat adalah dengan mengkuadratkan koefisien korelasi (r^2) dan mengalikannya dengan seratus persen ($r^2 \times 100\%$). Dalam IBM SPSS 27, nilai r^2 diperoleh dari tabel *Model Summary* hasil perhitungan analisis regresi sederhana.

3.11 Uji Sobel

Uji sobel merupakan metode untuk mengukur seberapa signifikan variabel mediasi dapat menjelaskan hubungan antara variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Berdasarkan pendapat Ghazali (2014) uji ini dilakukan guna mengetahui apakah variabel mediasi berpengaruh signifikan dalam hubungan kedua variabel. Uji sobel dapat dilakukan secara manual menggunakan rumus, atau menggunakan perangkat lunak tertentu, dapat pula melalui situs *online*. Variabel mediasi dianggap signifikan memengaruhi variabel bebas dan terikat jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (dengan $t_{tabel} = 1,96$).