

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.

Penelitian ini mengenai pengaruh *service encounter* terhadap loyalitas pelanggan di hotel Gumilang Regency. Penelitian ini menganalisis variabel bebas yaitu (*independent variable*), *Service Encounter* (X) yang memiliki empat sub variabel yaitu, *recovery*, *adaptability*, *spontaneity*, dan *coping*. Sedangkan loyalitas (Y) sebagai variabel terikat (*dependent variable*) memiliki indikator berdasarkan pembelian ulang (*repeater*), pembelian antar lini produk dan jasa, referensi kepada orang lain, dan kekebalan pelanggan terhadap tawaran pesaing.

Berdasarkan objek penelitian di atas, maka akan dianalisis mengenai pengaruh *service encounter* terhadap loyalitas pelanggan di Gumilang Regency Hotel.

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun, terhitung sejak awal bulan januari s/d april 2013 maka pendekatan yang digunakan menurut Husein Umar (2008:45) adalah pendekatan *cross sectional method*, yaitu “Metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam satu kurun waktu tertentu/tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang”.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian menurut Sugiyono (2010:2) merupakan cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Data yang diperoleh melalui penelitian itu adalah data empiris yang mempunyai

kriteria tertentu yaitu valid (ketepatan). Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional (masuk akal), empiris (dapat diamati oleh indera manusia), dan sistematis (proses penelitian menggunakan langkah-langkah yang bersifat logis)

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Jenis penelitian ini berupa deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2010:53) “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain.” Penelitian deskriptif di sini bertujuan untuk memperoleh deskripsi atau gambaran mengenai *Service encounter (recovery, adaptability, spontaneity, dan coping)* dan loyalitas, sedangkan jenis penelitian *verifikatif* menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data lapangan, dalam hal ini penelitian *verifikatif* bertujuan untuk mengetahui pengaruh *service encounter (recovery, adaptability, spontaneity, dan coping)* terhadap loyalitas.

Berdasarkan hal di atas, dalam penelitian ini akan diuji kebenaran mengenai pengaruh *service encounter* yang memiliki empat dimensi yaitu *recovery, adaptability, spontaneity, dan coping* terhadap loyalitas pelanggan yang merupakan hasil survei pada tamu yang menginap di Gumilang Regency Hotel.

Berdasarkan jenis penelitian, maka metode yang digunakan adalah *explanatory survey*, dimana informasi dari populasi mengenai *service encounter* yang telah dijalankan oleh Gumilang Regency Hotel dan gambaran loyalitas

pelanggan yang dikumpulkan langsung dari tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi atau sejumlah sampel yang telah ditentukan. Menurut sugiyono (2010:11) bahwa: Metode *survey* yaitu metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil. Metode *survey* digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kusioner, *test*, wawancara dan sebagainya.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasional variable adalah bagaimana cara untuk mengukur suatu variabel. Variabel yang akan dikaji dalam penelitian ini meliputi *service encounter* (X) yaitu interaksi antara penyedia jasa dan konsumen. Sub variabel *service encounter* terdiri dari *recovery*, *adaptability*, *spontaneity*, dan *coping*. Sedangkan Loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat (Y) yang terdiri dari melakukan pembelian berulang secara teratur, membeli antar lini produk dan jasa, mereferensikan kepada orang lain, dan menunjukkan kekebalan terhadap tarikan pesaing. Pengoperasian kedua variabel pada penelitian ini menggunakan skala ordinal.

Pengaruh variabel-variabel tersebut dapat dianalisis melalui pengukuran variabel-variabel penelitian yang dijelaskan dalam tabel operasionalisasi variabel. Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitian ini digambarkan dalam Tabel 3.1 sebagai berikut:

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL PENELITIAN

Variable/Sub Variabel	Konsep Variable	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item Pertanyaan
Service Encounter (X)	Interaksi antara penyedia jasa dan konsumen yang mewakili citra atau kesan terhadap keseluruhan kualitas jasa. (Zeithaml, Bitner & Gremler 123:2009)				
Recovery (X₁)	Sikap karyawan dalam menanggapi kegagalan dalam proses penyampaian jasa (Zeithaml, Bitner & Gremler 123:2009)	Kecepatan tanggapan pegawai dalam penanganan keluhan	Tingkat Kecepatan tanggapan pegawai dalam penanganan keluhan	<i>Ordinal</i>	III.A.1
		Keramahan	Tingkat keramahan karyawan dalam penanganan keluhan	<i>Ordinal</i>	III.A.2
		Kesesuaian kompensasi pelayanan keluhan	Tingkat kesesuaian kompensasi keluhan	<i>Ordinal</i>	III.A.3
		Manfaat Kompensasi	Tingkat manfaat kompensasi yang diberikan hotel	<i>Ordinal</i>	III.A.4
Adaptability (X₂)	Cara karyawan dalam menanggapi permintaan dan kebutuhan konsumen. (Kemampuan beradaptasi dengan konsumen). (Zeithaml, Bitner & Gremler 2009: 127)	Pengetahuan	Tingkat pengetahuan karyawan dalam menjelaskan produk/jasa yang ditawarkan	<i>Ordinal</i>	III.B.1
		Kemampuan	Tingkat kemampuan karyawan dalam	<i>Ordinal</i>	III.B.2

			memahami apa yang dibutuhkan tamu		
		Keramahan	Tingkat keramahan karyawan saat menanggapi permintaan dan kebutuhan tamu	<i>Ordinal</i>	III.B.3
Spontaneity (X₃)	Tindakan karyawan secara spontan dan tanpa harus diminta.(spontanitas) (Zeithaml, Bitner & Gremler 2009: 127)	Pelayanan	Tingkat spontanitas karyawan dalam melayani tamu	<i>Ordinal</i>	III.C.1
		Kesigapan	Tingkat kesigapan terhadap tamu	<i>Ordinal</i>	III.C.2
		Responsiveness	Tingkat kecepatan melayani tamu	<i>Ordinal</i>	III.C.3
		komunikasi	Tingkat komunikasi karyawan dan tamu	<i>Ordinal</i>	III.C.4
Coping (X₄)	Tindakan karyawan dalam menanggapi keluhan konsumen (Zeithaml, Bitner & Gremler 2009: 127)	Ketulusan	Tingkat ketulusan karyawan dalam menanggapi keluhan tamu	<i>Ordinal</i>	III.D.1
		Kepedulian	Tingkat kepedulian karyawan hotel terhadap tamu	<i>Ordinal</i>	III.D.2
		Tanggung Jawab	Tingkat rasa tanggung jawab karyawan hotel terhadap tamu	<i>Ordinal</i>	III.D.3
Loyalitas Pelanggan (Y)	Wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus-menerus terhadap barang/jasa suatu perusahaan yang dipilih (Melakukan Pembelian Ulang Secara Teratur	Tingkat keseringan tamu hotel melakukan pembelian ulang	<i>Ordinal</i>	IV.1
		Pembelian antar lini produk dan jasa	Tingkat minat pembelian antar lini produk dan	<i>Ordinal</i>	IV.2

	Jill Griffin, 2005:5)		jasa		
		Merefensikan kepada orang lain	Tingkat kebiasaan merekomendasikan dan mengajak orang lain	<i>Ordinal</i>	IV.3
		Menunjukkan kekebalan Pelanggan terhadap tawaran pesaing	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat ketahanan terhadap harga yang ditawarkan pesaing • Tingkat ketahanan terhadap kualitas yang ditawarkan pesaing • Tingkat ketahanan pelanggan terhadap reward atau hadiah yang ditawarkan pesaing 	<i>Ordinal</i>	IV.4

Sumber: Hasil pengolahan data 2013

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data ialah subjek dari mana data diperoleh. Data diperoleh melalui suatu proses yang disebut pengumpulan data. Pengumpulan data dapat didefinisikan sebagai satu proses mendapatkan data empiris melalui responden dengan menggunakan metode-metode tertentu (Ulber Silalahi, 2009: 280).

Data merupakan sesuatu yang harus dikumpulkan lebih dulu oleh peneliti sebelum mengolahnya menjadi informasi (Istijanto, 2005: 36). Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini dikelompokkan ke dalam dua kelompok data yaitu :

a. Sumber Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan dari situasi aktual ketika peristiwa terjadi (Ulber Silalahi, 2009: 289). Darmadi Duriyanto, dkk (2004:14) menyatakan bahwa sumber data primer adalah sumber data yang didapat dari sumber pertama, di mana *observer* melakukan sendiri di lapangan. Dalam penelitian ini, sumber data primer diperoleh dari kuesioner yang disebarikan kepada sejumlah responden dianggap mewakili seluruh populasi dalam penelitian, yaitu tamu Gumilang Regency Hotel.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau dari sumber-sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian dilakukan (Ulber Silalahi, 2009: 291). Sumber data sekunder adalah sumber data yang mana subjeknya tidak berhubungan langsung dengan objek penelitian tetapi membantu dan dapat memberikan informasi untuk bahan penelitian. Dalam penelitian ini, yang menjadi sumber data sekunder adalah berbagai literatur, jurnal, artikel, karya-karya ilmiah, serta situs internet mengenai teori *service encounter terhadap loyalitas*, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikan data dalam tabel 3.2 berikut :

TABEL 3.2
JENIS DATA DAN SUMBER DATA

No	Jenis Data	Sumber Data	Digunakan Untuk Tujuan Penelitian		
			T-1	T-2	T-3
Data Sekunder					
1	Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Dalam Lima Tahun Terakhir	Badan Pusat Statistik 2012	-	-	-
2	Kunjungan Wisman ke Jawa Barat Melalui Bandara Husen Sastranegara dan Pelabuhan Muara Jati 2008-2012	Badan Pusat Statistik Jawa Barat 2012	-	-	-
3	Hotel-hotel beribintang di Bandung	Dinas Pariwisata Kota Bandung 2012	-	-	-
4	Tingkat Occupancy Gumilang Regency Hotel 2010-2012	Marketing Gumilang Regency Hotel 2012	-	-	-
5	Kunjungan Tamu Gumilang Regency Hotel 2010-2012	Marketing Gumilang Regency Hotel 2012	-	-	-
6	Kunjungan Tamu <i>Repeater</i> Gumilang Regency Hotel 2010-2012	Marketing Gumilang Regency Hotel 2012	-	-	-
7	Strategi Pemasaran Gumilang Regency Hotel	Marketing Gumilang Regency Hotel 2012	-	-	-
8	Profil Gumilang Regency Hotel	Marketing Gumilang Regency Hotel 2012			
Data Primer					
1	Gambaran <i>service encounter</i> yang dilaksanakan oleh Hotel Gumilang Regency	Tamu Gumilang Regency Hotel	√	-	√
2	Gambaran tingkat loyalitas pelanggan Gumilang Regency Hotel	Tamu Gumilang Regency Hotel	-	√	√

Keterangan :

T-1: Untuk mengetahui tanggapan mengenai *service encounter* di Gumilang Regency Hotel.

T-2: Untuk mengetahui tanggapan terhadap loyalitas pelanggan Gumilang Regency Hotel.

T-3: Untuk menjelaskan seberapa besar *service encounter* yang terdiri dari *recovery*, *adaptability spontaneity*, dan *coping* dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan di Gumilang Regency Hotel.

3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Sugiyono (2010:115) mengungkapkan bahwa “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Secara sederhana, Ulber Silalahi (2009: 253) mengungkapkan bahwa “Populasi adalah seluruh unit-unit yang darinya sampel dipilih”. Populasi bukan hanya sekedar orang tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki subjek atau objek tersebut.

Berdasarkan uraian di atas maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah tamu individu yang melakukan pembelian ulang ke Gumilang Regency Hotel selama satu tahun, yaitu pada tahun 2013 sebanyak 1.658 (sumber manajemen Gumilang Regency Hotel 2012).

3.2.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2010:116). Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari pengunjung Gumilang Regency Hotel. Husein Umar (2009: 78) mengemukakan bahwa untuk menghitung besarnya ukuran sampel, maka dapat dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin dengan rumus :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n: ukuran sampel

N: ukuran populasi

e: Taraf kesalahan (0,1²)

Berdasarkan rumus di atas, maka ukuran sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{6611}{1 + (6611 \times (0,1)^2)}$$

$$n = 100$$

Jadi dari perhitungan tersebut, jumlah sampel minimal yang diteliti adalah berjumlah 100 responden.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Sugiyono (2010: 116) mengemukakan bahwa “Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel”. Pada dasarnya ada dua tipologi dari teknik pengambilan sampel yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Sugiyono (2010:117) *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi yang dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk menjadi sampel.

Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan *simple random sampling* yang termasuk ke dalam *probability sampling*. Menurut Saiki Danyi (2008: 33) bahwa “*simple random sampling is equal chance for each member of population*”. Yaitu proses pemilihan sampel dimana semua elemen dalam populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Selanjutnya Ulber Silalahi (2009:261) juga mengatakan bahwa. *Simple random sampling* merupakan cara terbaik memperoleh sampel yang respresentatif karena probabilitas dalam teknik ini sangat tinggi dibandingkan dengan yang lain.

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan adalah *simple random sampling* karena dalam penelitian ini penulis membuat generalisasi pada populasi yang elemnya kurang lebih homogennya sama dalam sifat yang ingin diukur yaitu tamu *repeater* individu Gumilang Regency Hotel.

Rancangan *simple random sampling* efektif digunakan jika populasi tersebut bersifat homogen, tersedia kerangka sampling atau kerangka populasi, populasi tidak tersebar dan biasanya secara geografis, populasi relatif tidak besar, sifat generalisasi dari temuan untuk populasi adalah tujuan dari penelitian, atau tidak ada lagi teknik sampling lain yang dianggap efektif. Berdasarkan hal tersebut, setiap tamu wisatawan yang menginap di Gumilang Regency hotel dapat dijadikan sampel dalam penelitian.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan untuk

memperoleh data. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Wawancara, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan berkomunikasi langsung dari sumber yang bersangkutan. Wawancara ini dilakukan dengan pada pihak Gumilang Regency Hotel yaitu *Human Resources Manager* dan *Sales and Marketing Manager* untuk memperoleh data occupancy, data loyalitas, data mengenai profil perusahaan, pelanggan sasaran, target penjualan dan strategi mempertahankan pelanggan yang loyal.
2. Observasi dilakukan dengan meninjau serta melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu Gumilang Regency Hotel Bandung khususnya mengenai *service encounter*.
3. Kuesioner, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden menginap di Gumilang Regency Hotel, *service encounter* (yang terdiri dari empat sub variabel *recovery*, *adaptability*, *spontaneity*, dan *coping*), serta loyalitas.
4. Studi *literature*, merupakan usaha pengumpulan data dan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti. Studi literatur dapat dilakukan dengan mempelajari buku mengenai *service encounter* serta loyalitas, jurnal pemasaran jasa

yang berhubungan dengan *service encounter* dan loyalitas, *website* dan lain sebagainya.

3.2.6 Pengujian Validitas dan Realibilitas

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

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan dari suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang memiliki validitas rendah (Suharsimi Arikunto, 2007:146). Sugiyono (2010:121) bahwa “instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur itu valid). Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”

Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung kevalidan dari suatu instrumen adalah rumus *Korelasi Product Moment*, yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{(N \sum X^2) - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \quad (\text{Sugiyono, 2010: 356})$$

Keterangan :

r = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y = Skor total

$\sum X$ = 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

Peneliti dapat memberi interpretasi terhadap kuatnya suatu hubungan dengan melihat besarnya koefisien korelasi. Berikut ini adalah pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi:

TABEL 3.3
INTERPRETASI KOEFISIEN KORELASI

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,5999	Sedang
0,60 – 0,7999	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2010: 184)

Setelah melakukan analisis faktor dengan cara mengkorelasikan jumlah skor faktor dengan skor total, maka langkah selanjutnya adalah melakukan

perbandingan antara r_{hitung} dengan r_{tabel} . Berikut ini keputusan pengujian validitas instrumen:

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

Pengujian validitas *item* instrumen dilakukan dengan bantuan SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 20 for windows. *Output* yang dihasilkan dari pengolahan SPSS merupakan data r_{hitung} , untuk mengetahui apakah nilainya signifikan atau tidak, maka dilakukan uji korelasi dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} .

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan dengan bantuan SPSS 20 for window, didapat hasil pengujian yang dicantumkan pada Tabel 3.5 pada tabel tersebut dinyatakan bahwa seluruh pertanyaan pada variable *service encounter* dapat dilanjutkan untuk melakukan penelitian. Penyajian tabel 3.4 sebagai berikut

TABEL 3.4
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS X (*SERVICE ENCOUNTER*)

No	Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	sig	keterangan
Recovery					
1	Kecepatan FO	0,825	0,361	0,000	valid
2	Kecepatan FB	0,459	0,361	0,011	valid
3	Kecepatan HK	0,543	0,361	0,002	valid
4	Keramahan FO	0,659	0,361	0,000	valid
5	Keramahan FB	0,659	0,361	0,000	valid
6	Keramahan HK	0,451	0,361	0,012	valid
7	Kesesuaian FO	0,472	0,361	0,008	valid
8	Kesesuaian FB	0,427	0,361	0,019	valid
9	Kesesuaian HK	0,557	0,361	0,001	valid
10	Manfaat FO	0,702	0,361	0,000	valid
11	Manfaat FB	0,544	0,361	0,002	valid
12	Manfaat HK	0,743	0,361	0,000	valid
Adaptability					
1	Pengetahuan FO	0,521	0,361	0,003	valid
2	Pengetahuan FB	0,541	0,361	0,002	valid
3	Pengetahuan HK	0,502	0,361	0,005	valid

4	Kemampuan FO	0,428	0,361	0,018	valid
5	Kemampuan FB	0,455	0,361	0,012	valid
6	Kemampuan HK	0,420	0,361	0,021	valid
7	Keramahan FO	0,571	0,361	0,001	valid
8	Keramahan FB	0,702	0,361	0,000	valid
9	Keramahan HK	0,521	0,361	0,003	valid
Spontaney					
1	Pelayanan FO	0,436	0,361	0,016	valid
2	Pelayanan FB	0,624	0,361	0,000	valid
3	Pelayanan HK	0,715	0,361	0,000	valid
4	Kesigapan FO	0,624	0,361	0,000	valid
5	Kesigapan FB	0,715	0,361	0,000	valid
6	Kesigapan HK	0,685	0,361	0,000	valid
7	Responsiveness FO	0,314	0,361	0,041	valid
8	Responsiveness FB	0,494	0,361	0,006	valid
9	Responsiveness HK	0,599	0,361	0,000	valid
10	Komunikasi FO	0,474	0,361	0,008	valid
11	Komunikasi FB	0,593	0,361	0,001	valid
12	Komunikasi HK	0,685	0,361	0,000	valid
Coping					
1	Ketulusan FO	0,865	0,361	0,000	valid
2	Ketulusan FB	0,473	0,361	0,008	valid
3	Ketulusan HK	0,466	0,361	0,009	valid
4	Kepedulian FO	0,566	0,361	0,001	valid
5	Kepedulian FB	0,511	0,361	0,004	valid
6	Kepedulian HK	0,574	0,361	0,001	valid
7	Tanggung Jawab FO	0,497	0,361	0,005	valid
8	Tanggung Jawab FB	0,631	0,361	0,000	valid
9	Tanggung Jawab HK	0,646	0,361	0,000	valid

Sumber: Hasil pengolahan data 2013

Berdasarkan hasil pengolahan data pengukuran uji validitas yang dilakukan di atas, variabel *service encounter* menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam 30 kusioner valid karena skor *rhitung* lebih besar jika dibandingkan r_{tabel} yang bernilai 0,361.

TABEL 3.5
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS Y (LOYALITAS)

No	Item Pertanyaan	r _{hitung}	r _{tabel}	sig	Keterangan
Melakukan Pembelian Ulang Secara Teratur					
1	Item 1	1,000	0,361	0,000	valid
Pembelian antar lini produk dan jasa					
2	Item 2	1,000	0,361	0,000	valid
Merefensikan kepada orang lain					
3	Item 3	1,000	0,361	0,000	valid
Menunjukkan kekebalan Pelanggan terhadap tawaran pesaing					
4	Item 4	0,561	0,361	0,001	valid
5	Item 5	0,628	0,361	0,000	valid
6	Item 6	0,458	0,361	0,011	valid

Sumber: Pengolahan data 2013

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2010: 3), reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistik, suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda.

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

$$r_{11} = \left\{ \frac{k}{k-1} \right\} \left\{ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right\}$$

(Husein Umar, 2009:170)

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan atau banyaknya soal

σ_1^2 = varians total

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir

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

$$\sigma = \frac{\sum x^2 (\Sigma f^2)}{n} / n$$

(Husein Umar, 2009:172)

n = jumlah sampel

σ = jumlah varians

X = nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Koefisien *Cronbach alpha* merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika Koefisien *Cronbach alpha* lebih besar atau sama dengan 0,70 (Hair, Anderson, Tatham & Black, Uma Sekaran): *Cronbach alpha* adalah koefisien keandalan yang menunjukkan seberapa baik item dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi atau satu sama lain. *Cronbach alpha* dihitung dalam rata-rata interkorelasi antar item yang mengukur konsep. Semakin dekat *Cronbach alpha* dengan 1, semakin tinggi keandalan konsistensi internal.

Perhitungan validitas dan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program aplikasi SPSS 20 *for window*. Adapun langkah-langkah menggunakan SPSS 20 *for window* sebagai berikut:

1. Memasukkan Memasukkan data variabel X dan Y setiap item jawaban responden atas nomor item pada data view.
2. Klik variabel *view*, lalu isi kolom *name* dengan variabel-variabel penelitian (misalnya X, Y) *width*, *decimal*, *label* (isi dengan nama-nama

atas variabel penelitian), *coloum, align, (left, center, right, justify)* dan isi juga kolom *measure (skala: ordinal)*.

3. Kembali ke data view, lalu klik *analyze*.
4. Pindahkan variabel yang akan diuji atau klik Alpha, OK.
5. Akan dihasilkan output, apakah data tersebut valid serta reliabel atau tidak dengan membandingkan data hitung dengan data tabel.

Hasil pengujian realibilitas sebagai berikut

TABEL 3.6
HASIL PENGUJIAN REALIBILITAS

No	Variable	Alpha cronbanch	r _{tabel}	kesimpulan
1	<i>Service Encounter</i>	0,931	0,361	valid
2	Loyalitas	0,722	0,361	valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2013

Berdasarkan tabel diatas, kedua variabel yang digunakan adalah reliabel, karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel}

3.2.7 Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Teknik analisis data merupakan suatu cara untuk mengukur, mengelola dan menganalisis data tersebut. Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna, serta untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Dengan demikian, teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta jawaban masalah yang diajukan.

Jenis data yang terkumpul dalam penelitian ini adalah data ordinal. Dimana sejalan dengan penelitian ini, yaitu untuk mengetahui pengaruh *service*

encounter terhadap loyalitas pelanggan di Gumilang Regency Hotel dengan bantuan statistik untuk mengolah data yang terkumpul dari sejumlah kuesioner.

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner disusun oleh peneliti berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai *Service Encounter* yang mempengaruhi loyalitas pelanggan di Gumilang Regency Hotel. Adapun yang menjadi variabel bebas atau variabel X adalah *Service Encounter* yang memiliki empat sub dimensi yaitu *Recovery*, *Adaptability*, *Spontaneity*, dan *Coping*. Objek yang merupakan variabel terikat atau variabel Y adalah loyalitas pelanggan. Sehingga penelitian ini akan diteliti pengaruh *Service Encounter* (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y). Kegiatan analisis data dalam penelitian dilakukan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Menyusun Data

Mengecek nama dan kelengkapan identitas responden, serta mengecek kelengkapan data yang diisi oleh responden. Untuk mengetahui karakteristik responden digunakan rumus persentase sebagai berikut:

$$\% = \frac{n}{N} \times 100$$

Dimana:

n = nilai yang diperoleh

N = jumlah seluruh nilai

100 = konstanta

2. Menyeleksi data untuk memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul.

3. Tabulasi Data

Tabulasi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

- a) Memberikan skor pada setiap item. Salah satu persyaratan dalam menggunakan skala ordinal adalah peringkat jawaban diberikan skor antara 1 sampai dengan 5. Setiap variabel yang dinilai oleh responden, diklasifikasikan ke dalam lima alternatif jawaban (*numeric scale*), dimana setiap *option* terdiri dari lima kriteria skor sebagai berikut:

TABEL 3.7
SKOR ALTERNATIF JAWABAN

Alternatif Jawaban	Sangat Tinggi	Tinggi	Cukup tinggi	Rendah	Sangat rendah
Positif	5	4	3	2	1

Sumber: Modifikasi dari Uma Sekaran (2006:51)

- b) Menjumlahkan skor pada setiap item.
- c) Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.
4. Menganalisis data dan menafsirkan hasil perhitungan berdasarkan angka-angka yang diperoleh dari perhitungan statistik.

3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Pada penelitian ini digambarkan dua jenis analisis yaitu analisis deskriptif khususnya bagi variabel yang bersifat kualitatif dan analisis kuantitatif berupa pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab, sedangkan analisis kuantitatif menitik beratkan dalam pengungkapan perilaku variabel penelitian. Dengan menggunakan

kombinasi metode analisis tersebut dapat diperoleh generalisasi yang bersifat komperhensif.

Menurut Sugiyono (2008:207) analisis *deskriptif* dapat digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi, melakukan prediksi dengan analisis regresi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi tanpa diuji signifikasinya. Melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu diuji signifikannya. Analisis *deskriptif* bertujuan mengubah kumpulan data mentah menjadi mudah dipahami dalam bentuk informasi yang lebih ringkas. Analisis *deskriptif* juga dapat digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Analisis data deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, yaitu:

1. Analisis deskriptif tanggapan tamu hotel yang menginap di Gumilang Regency Hotel mengenai strategi *Service Encounter* hotel yang dilakukan pihak manajemen yang terdiri dari *Recovery*, *Adaptability*, *Spontaneity* dan *Coping*.
2. Analisi deskriptif tanggapan tamu yang menginap di Gumilang Regency Hotel mengenai loyalitas pelanggan.

Analisis deskriptif yaitu menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul yang berasal dari jawaban

responden atas item-item dalam kusioner. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Menurut Sugiyono (2010:132) “Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Dengan skala likert, variable yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator. Kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pertanyaan.

Method Of Successive Interval (MSI)

Karena penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasional varibale sebelumnya, maka semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan Method of Successive Interval (MSI). Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pernyataan.
2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan penghitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara memebagi frekuensi (f) dengan jumlah responden.
3. Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi kumulatif untuk setiap jawaban
4. Menentukan nilai batas z (tabel normal) untuk setiap pernyataan dan setiap pilihan jawaban
5. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut

$$\text{Scale Value} = \frac{(\text{Density at Lower Limit}) - (\text{Density at Upper Limit})}{(\text{Area Below Upper Limit}) - (\text{Area Below Lower Limit})}$$

Data penelitian yang sudah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variable independen dengan variabel dependen serta ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

3.2.7.2 Teknik Analisis Regresi Linear Berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda (*multiple linear regression*). Analisis regresi linear berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih. Adapun untuk pengolahan data dilakukan bantuan program SPSS 20 *for windows*, yang menurut uliyanto (2005:8) dilakukan sebagai berikut:

- a. Masukkan data dalam SPSS pada *data view*, dan pada *variable view* dalam kolom label berilah nama masing-masing variabel.
- b. Klik *analyze, regression linier*. Lalu pindahkan variabel Y sebagai variabel bergantung ke kolom *dependent* serta variabel X1.1, X1.2, X1.3, dan X1.4 sebagai variabel bebas ke kolom *independent*. Klik *method* pilih *enter*. Abaikan yang lain kemudian klik OK.

Sebelum mengolah data dengan menggunakan program SPSS 20 *for windows*, peneliti harus menentukan terlebih dahulu teknik analisis yang digunakan. Teknik analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah

regresi linear berganda. Menurut Asep Hermawan (2005:220) regresi linear berganda, merupakan suatu model statistik yang sesuai jika masalah penelitian mencakup satu variabel terikat (*dependent*) yang berskala pengukuran metrik (interval atau rasio), yang diduga dapat diprediksi oleh variabel-variabel *independent* yang berskala pengukuran metrik (interval atau rasio).

Analisis regresi digunakan bila penelitian bermaksud ingin mengetahui kondisi diwaktu yang akan datang dengan suatu dasar keadaan sekarang atau ingin melihat kondisi waktu lalu dengan dasar keadaan dimana sifat ini merupakan prediksi atau perkiraan (Irianto, 2006:156). Arti kata prediksi bukanlah merupakan hal yang pasti tetapi merupakan suatu keadaan yang mendekati kebenaran. Dampak dari penggunaan analisis regresi dapat digunakan untuk memutuskan apakah naik dan menurunnya variabel dependen dapat dilakukan melalui menaikkan dan menurunkan keadaan variabel independen atau untuk meningkatkan keadaan variabel dependen dapat dilakukan dengan meningkatkan variabel independen dan sebaliknya (Sugiyono, 2010:204).

Berdasarkan tujuan penelitian ini, maka variabel yang dianalisis adalah variabel independen yaitu *service encounter* yang terdiri *recovery*, *adaptability*, *spontanety*, dan *coping*. Sedangkan variabel dependen adalah loyalitas pelanggan. Untuk bisa membuat ramalan melalui regresi, maka data setiap variabel harus tersedia. Berdasarkan data tersebut peneliti harus menemukan persamaan regresi berganda melalui perhitungan sebagai berikut:

$$Y = a + bX_{1.1} + bX_{1.2} + bX_{1.3} + bX_{1.4}$$

Keterangan:

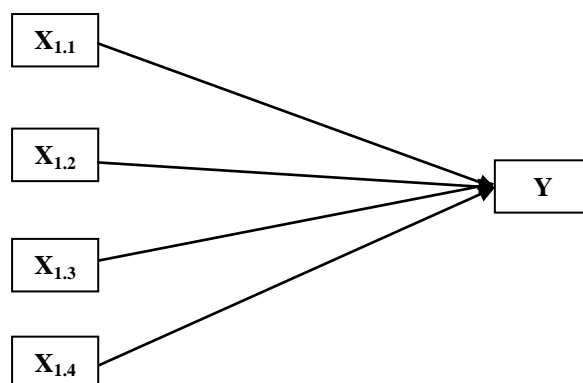
Y = Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan (loyalitas pelanggan)

a = Harga Y bila X = 0

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan.

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu. X1, X2, X3, X4 = variabel penyebab (X1 = *recovery*), (X2 = *adaptability*), (X3 = *spontantenty*) dan (X4 = *coping*).

Menurut Sugiyono (2010:277) analisis regresi berganda digunakan bila penelitian bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independent sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik-turunkan nilainya). Analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independen minimal dua atau lebih. Menerjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen, lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.1 berikut:



Gambar 3.1
Regresi Berganda

Keterangan :

$X_{1.1}$ = *Recovery*
 $X_{1.2}$ = *Adaptability*
 $X_{1.3}$ = *Spontanety*
 $X_{1.4}$ = *Coping*
 Y = *Loyalitas*

3.2.7.3 Pengujian Hipotesis

$H_0 : b_i = 0 ;$

Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *service encounter* yang terdiri dari , *recovery*, *adaptability*, *spontanety*, dan *coping* terhadap loyalitas di Gumilang Regency Hotel.

$H_1 : b_i \neq 0 ;$

Terdapat pengaruh yang signifikan antara *service encounter* yang terdiri dari *recovery*, *adaptability*, *spontanety*, dan *coping* terhadap loyalitas di Gumilang Regency Hotel.

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima