

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Hotel X yang berlokasi di Kota Bandung, Jawa Barat. Hotel X merupakan salah satu hotel berbintang 5 di Kota Bandung. Hotel ini memiliki 124 kamar dengan berbagai tipe, mulai dari deluxe hingga suite, yang dirancang untuk memberikan kenyamanan dan pengalaman menginap premium bagi tamu. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada beberapa alasan, yaitu pertama, Hotel X adalah salah satu hotel berbintang yang memiliki program membership untuk tamu loyal. Selanjutnya, hotel ini memiliki fasilitas yang lengkap dan pelayanan yang beragam sehingga cocok untuk menganalisis pengaruh fasilitas dan layanan terhadap loyalitas tamu. Lalu, Hotel X Kota Bandung memiliki divisi *guest relation officer* yang aktif dalam memberikan pelayanan kepada tamu. Selain itu menurut data laju pertumbuhan jumlah member Hotel X cenderung menurun, sehingga peneliti menganggap bahwa hal tersebut penting untuk diteliti.

3.2 Desain Penelitian

Penelitian ini memakai rancangan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Creswell (2014) menyatakan bahwa metode penelitian deskriptif adalah teknik yang dipakai untuk menjelaskan suatu kejadian atau fenomena secara sistematis dan rinci. Penelitian deskriptif sering dipakai untuk mengidentifikasi masalah, mengumpulkan data, dan menggambarkan ciri-ciri subjek penelitian. Ramdhan (2021), menjelaskan bahwa metode deskriptif adalah teknik penelitian untuk menjelaskan suatu hasil dari penelitian.

Menurut Wiratna (dalam Amicetya, 2021) penelitian kuantitatif merupakan tipe studi yang menghasilkan data yang bisa diperoleh menggunakan teknik statistik atau metode lain dari pengukuran angka. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan ada tidaknya fakta yang dicari kebenarannya, lalu dijelaskan bagaimana hubungan antar variabel yang diteliti dengan cara

mengumpulkan, mengolah, menganalisis, dan menginterpretasikan data untuk uji hipotesis statistik. Adapun metode deskriptif yang dimaksud dalam penelitian ini adalah menggambarkan bagaimana fasilitas hotel (X1), *guest relation officer* (X2), loyalitas tamu (Y), dan kepuasan tamu (Z) dengan menganalisis indikator dari tiap variabel.

3.2.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sugiyono (2013), pendekatan kuantitatif dijelaskan sebagai studi yang berpijak pada filosofi positivisme dan bertujuan meneliti populasi maupun sampel dalam suatu penelitian. Pengambilan sampel umumnya dilakukan secara acak, proses pengumpulan data dilaksanakan menggunakan alat ukur penelitian khusus, dan pengolahan data dilakukan memakai teknik statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini, metode tersebut digunakan untuk menilai pengaruh fasilitas hotel dan *guest relation officer* terhadap loyalitas tamu yang dimediasi oleh kepuasan tamu member Hotel X Kota Bandung.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Sugiyono (2013) mengemukakan bahwa populasi merupakan kumpulan objek atau subjek yang memiliki ciri-ciri tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti agar kemudian dijadikan landasan dalam pengambilan kesimpulan. Menurut Swarjaena (2022), populasi adalah semua subjek penelitian yang memiliki sifat dan karakteristik tertentu yang dipilih oleh peneliti. Dalam konteks penelitian ini, populasi mengacu pada seluruh tamu member yang telah menginap di Hotel X Kota Bandung. Berdasarkan data dari pihak hotel, jumlah tamu member aktif adalah sebanyak 38.315 orang.

3.3.2 Sampel

Sugiyono (2013) mengatakan bahwa dengan populasi yang luas seorang peneliti tidak dapat mempelajari seluruh populasi yang tersedia karena sudah pasti akan menyerap banyak dana, tenaga dan waktu yang dibutuhkan. Pada penelitian

ini peneliti menjadikan tamu member yang pernah menginap di Hotel X Kota Bandung dengan rentang tahun 2020 sampai dengan 2024 untuk menjadi sampel dari penelitian ini. Jumlah tamu member dengan rentang tahun tersebut berjumlah sebesar 38.315 orang. Untuk menentukan banyak sampel, maka peneliti memakai rumus *Slovin* dengan tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar 10% (0,10). Rumus yang digunakan adalah:

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

Dimana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar 0,10 atau 10%.

Maka dari itu :

$$n = 38.315 / (1 + 38.315 \times 0,10^2)$$

$$n = 38.315 / (1 + 38.315 \times 0,01)$$

$$n = 38.315 / (1 + 383,15)$$

$$n = 38.315 / 384,15$$

$$n = 99,74 \approx 100 \text{ responden}$$

Dengan demikian, ukuran sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah 99,74 responden yang dibulatkan menjadi 100 responden tamu member Hotel X Kota Bandung.

3.4 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan metode atau langkah yang digunakan peneliti untuk menetapkan contoh dalam kegiatan riset, menurut Sumargo (2022) menjelaskan bahwa metode sampling ialah cara atau prosedur pemilihan bagian dari populasi yang diambil untuk memperoleh informasi yang dapat digeneralisasikan ke populasi. “Secara umum, metode penarikan contoh dibagi menjadi dua, yakni pengambilan contoh acak dan non-acak. Pengambilan contoh acak merupakan metode pemilihan contoh yang memberikan peluang yang setara bagi setiap unsur populasi untuk terpilih menjadi contoh. Sementara itu, pengambilan contoh non-acak adalah metode pemilihan contoh yang tidak

Indah Mutiara Sari, 2025

PENGARUH FASILITAS DAN GUEST RELATION OFFICER TERHADAP LOYALITAS YANG DI MEDIASI OLEH KEPUASAN TAMU MEMBER DI HOTEL X KOTA BANDUNG

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

memberikan kesempatan atau peluang yang merata bagi masing-masing elemen atau individu populasi untuk terpilih menjadi contoh.” (Nurdiani, 2014).

Dalam studi ini, peneliti menerapkan pendekatan *nonprobability sampling* melalui metode *purposive sampling* untuk memilih anggota sampel. Menurut Lenaini (2021), *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel secara tidak acak berdasarkan karakteristik Spesifik dan selaras dengan sasaran riset, sehingga partisipan yang dipilih dianggap paling mampu menjawab fokus penelitian. Pemilihan sampel memakai metode *purposive sampling* yang didasarkan pada pertimbangan bahwa tidak seluruh responden memenuhi persyaratan yang sudah ditentukan oleh peneliti. Oleh sebab itu, sampel ditetapkan secara sengaja berdasarkan syarat tertentu agar memperoleh data yang lebih relevan dan representatif

3.5 Operasional Variabel

Operasionalisasi variabel adalah pengertian Nilai yang diberikan kepada tiap variabel yang dijalankan, yaitu variabel yang dikaji. Selanjutnya, variabel itu dijelaskan secara spesifik. Pada studi ini ada dua variabel X, yaitu variabel X1 meliputi fasilitas yakni: kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior, dan desain eksterior. Selanjutnya, pada X2 yaitu peran *Guest Relation Officer*. (GRO) yang dimana merujuk pada peran GRO menurut Hanifah & Sumarman (2014), yaitu: *first impression, personal appearance, communication, dan dealing with complaint*. Selain itu terdapat variabel Y yaitu loyalitas tamu dan variabel Z yaitu kepuasan tamu. Berikut adalah tabel operasional yang menggambarkan beberapa variabel pada penelitian.

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

| Variabel | Sub Variabel | Indikator | Skala | No. Item |
|--|-------------------|---|--------|----------|
| Fasilitas Hotel (X1) (Kotler [dalam Apriyadi, 2017]) | Kondisi Fasilitas | Kebersihan kamar | Likert | 1 |
| | | Kebersihan area lobby | Likert | 2 |
| | | Ventilasi dan sirkulasi udara yang baik | Likert | 3 |
| | Kelengkapan | Ketersediaan | Likert | 4 |

| Variabel | Sub Variabel | Indikator | Skala | No. Item | |
|----------------------------|--|-----------------------------------|--|----------|----|
| | | fasilitas penunjang | | | |
| | | Area hotel dilengkapi oleh CCTV | Likert | 5 | |
| | | Menu food & beverage yang beragam | Likert | 6 | |
| | Desain Interior | | Pencahayaan yang memadai | Likert | 7 |
| | | | Dekorasi kamar yang estetik | Likert | 8 |
| | | | Lukisan atau <i>artwork</i> yang menarik | Likert | 9 |
| | Desain Eksterior | | Tampilan bangunan yang menarik | Likert | 10 |
| | | | Lanskap hotel yang indah | Likert | 11 |
| | | | Signage atau papan nama hotel yang jelas | Likert | 12 |
| | Guest Relation Officer (GRO) (X2) (Hanifah & Sumarman, 2014) | <i>First Impression</i> | Menyambut tamu dengan ramah | Likert | 13 |
| | | | Memiliki kesan pertama yang baik | Likert | 14 |
| | | | Sambutan staf memberikan pengalaman awal yang menyenangkan | Likert | 15 |
| <i>Personal Appearance</i> | | | Grooming yang sesuai serta rapi | Likert | 16 |
| | | | Penampilan yang mencerminkan citra profesional hotel | Likert | 17 |
| | | | Staf tampil percaya diri saat bertugas | Likert | 18 |
| <i>Communication</i> | | | Kemampuan berkomunikasi yang baik dan jelas | Likert | 19 |
| | | | Kemampuan staf yang sangat informatif | Likert | 20 |
| | | | Staf berbicara dengan | Likert | 21 |

| Variabel | Sub Variabel | Indikator | Skala | No. Item |
|---|-------------------------------|--|--------|----------|
| | | ramah dan terbuka | | |
| | <i>Dealing with Complaint</i> | Memastikan keluhan tamu terselesaikan dengan memberikan solusi terbaik | Likert | 22 |
| | | Mendengarkan keluhan tamu dengan sikap yang tenang dan sabar | Likert | 23 |
| | | Empatik ketika menghadapi keluhan tamu | Likert | 24 |
| Kepuasan Tamu (Z) (Indrasari, 2019) | Kesesuaian Harapan | Kesesuaian pelayanan dengan ekspektasi atau harapan awal | Likert | 25 |
| | | Kecocokan fasilitas yang sesuai dengan ekspektasi | Likert | 26 |
| | | Tingkat kesesuaian pengalaman menginap yang sesuai dengan ekspektasi | Likert | 27 |
| | Minat Berkunjung Kembali | Ketertarikan untuk kembali menginap | Likert | 28 |
| | | Keinginan untuk menjadi pelanggan tetap | Likert | 29 |
| | | Pemilihan hotel yang sama untuk kunjungan berikutnya | Likert | 30 |
| | Kesediaan Merekomendasikan | Kesediaan untuk merekomendasikan hotel kepada orang lain | Likert | 31 |
| | | Keinginan untuk membagikan pengalaman positif di media social | Likert | 32 |
| | | Keyakinan bahwa orang lain juga akan | Likert | 33 |

| Variabel | Sub Variabel | Indikator | Skala | No. Item |
|---|--|---|--------|----------|
| | | mendapatkan pengalaman memuaskan jika menggunakan layanan hotel yang sama | | |
| Loyalitas Tamu (Y) (Mardalis, 2005) | Pembelian Berulang | Ketertarikan untuk memilih kembali hotel ini tanpa mempertimbangkan hotel lain | Likert | 34 |
| | | Kebiasaan menjadikan hotel ini sebagai pilihan utama saat bepergian ke Kota Bandung | Likert | 35 |
| | | Keyakinan bahwa pengalaman sebelumnya mendorong keputusan untuk kembali menginap di hotel yang sama | Likert | 36 |
| | Memberikan Referensi kepada Orang Lain | Kesediaan tamu untuk merekomendasikan hotel kepada orang terdekat | Likert | 37 |
| | | Inisiatif tamu dalam menceritakan pengalaman menginap secara sukarela kepada lingkungan sekitar | Likert | 38 |
| | | Menginformasikan keberadaan hotel ini kepada orang lain yang belum mengenalnya | Likert | 39 |
| | Penolakan terhadap Produk Pesaing | Preferensi tamu untuk tetap memilih hotel ini dibanding hotel lain sejenis | Likert | 40 |

| Variabel | Sub Variabel | Indikator | Skala | No. Item |
|----------|--------------|--|--------|----------|
| | | Keengganan tamu untuk mencoba hotel pesaing meskipun ada penawaran harga lebih murah | Likert | 41 |
| | | Keyakinan tamu bahwa hotel ini memberikan nilai lebih dibandingkan alternatif lain di lokasi yang sama | Likert | 42 |

Sumber : Hasil Olahan Peneliti (2025)

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang dipakai untuk menilai aspek-aspek yang tengah dikaji. Setelah metode riset ditentukan, peneliti membutuhkan alat untuk melakukan hal tersebut. Maka dari itu, pada studi ini, instrumen yang dipakai adalah angket atau daftar soal. Angket dibuat untuk mengumpulkan data yang akan diisi oleh partisipan. Tahap ini meliputi penyusunan daftar soal yang berkaitan dengan studi mengenai pengaruh fasilitas hotel serta peran GRO terhadap loyalitas tamu dengan kepuasan tamu sebagai variabel mediasi. Angket selanjutnya dibagikan kepada partisipan melalui Google Form yang akan diunggah serta didistribusikan melalui media sosial kepada orang-orang yang sesuai dengan syarat yang telah ditentukan, yaitu tamu member yang pernah menginap di Hotel X Kota Bandung.

Riset ini memakai metode penilaian melalui skala Likert. Menurut Sugiyono (2018) bertujuan menilai opini serta respons individu atau kelompok mengenai suatu aspek sosial yang kerap disebut sebagai variabel penelitian. Skala Likert juga digunakan untuk menilai sejauh apakah partisipan menyetujui atau menolak pernyataan yang diajukan. Pemberian skor pada setiap opsi jawaban ialah seperti berikut:

1. Skor 5 diberikan untuk pilihan "Sangat setuju"

2. Skor 4 diberikan untuk pilihan "Setuju"
3. Skor 3 diberikan untuk pilihan "Netral"
4. Skor 2 diberikan untuk pilihan "Tidak setuju"
5. Skor 1 diberikan untuk pilihan "Sangat tidak setuju"

Menurut nilai yang sudah ditentukan pada skala Likert di atas, partisipan menjawab bisa dikategorikan ke dalam beberapa tingkatan seperti sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah untuk tiap variabel. Tujuannya adalah guna menilai sejauh apakah fasilitas, *guest relation officer*, kepuasan pengunjung berada pada level sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, atau amat rendah.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan suatu metode yang digunakan peneliti untuk menghimpun data. Informasi yang telah terkumpul akan digunakan untuk menguji hipotesis, serta memberikan jawaban atas butir pertanyaan yang telah dijabarkan dalam perumusan masalah yang selanjutnya menjadi landasan dalam menyusun konklusi (Sugiyono, 2016). Pada riset ini, digunakan metode pencatatan informasi seperti berikut.

3.7.1 Observasi

Observasi atau pengamatan yang dilakukan di lokasi bertujuan untuk mengumpulkan data dengan mengunjungi tempat yang menjadi objek studi secara langsung, yaitu Hotel X Kota Bandung. Peneliti melakukan pengamatan dengan cara melihat “*Trust You*” review dari tamu member Hotel X Kota Bandung secara langsung untuk mendapatkan gambaran tentang ulasan mengenai fasilitas hotel dan peran GRO. Selain itu, peneliti juga memperoleh data perkembangan jumlah tamu pada tahun 2020-2024 secara langsung dari staff Hotel *Resident Officer* di Hotel X Legian. Pengamatan yang dilakukan oleh peneliti bertujuan agar bisa mengadaptasi kondisi di lokasi dengan masalah yang akan diteliti.

3.7.2 Studi Literatur

Studi Literatur dalam penelitian ini terdiri dari teori yang sudah diperoleh serta berhubungan dengan variabel terikat maupun variabel independen. Pengambilan data berdasarkan teori yang berkaitan merupakan tentang fasilitas

hotel dan peran *guest relation officer* (GRO), serta mengenai loyalitas dan kepuasan tamu yang didapatkan dari beragam referensi, seperti literatur, artikel ilmiah, dan situs daring yang digunakan untuk mendukung kajian penelitian.

3.7.3 Survei

Penelitian ini menggunakan metode survei yang bisa diterapkan pada kelompok populasi dengan jumlah besar atau kecil. Data dikumpulkan dari sebagian orang dalam populasi (sampel) Melalui penyusunan list pertanyaan yang akan diisi oleh responden.

3.8 Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (dalam Afriansyah dkk., 2021) Data primer berisi tipe informasi yang didapat langsung dari asalnya. Studi ini menggunakan data utama melalui pengamatan dan pembagian kuisisioner menggunakan *platform* Google *form* kepada tamu member Hotel X dengan yang dilakukan secara daring dengan mengirimkan tautan kuisisioner melalui email resmi yang terdaftar pada data keanggotaan tamu untuk mengetahui respon responden tentang fasilitas dan peran *guest relation officer* mengenai rasa puas tamu saat menginap di Hotel X Kota Bandung.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapat bukan secara langsung dari sumber utama, tetapi melalui perantara atau berasal dari arsip yang sudah ada. Data ini berupa informasi yang sudah pernah dikumpulkan oleh orang lain sebelumnya, seperti dari buku, jurnal, atau dokumen lain yang dapat mendukung penelitian yang sedang dilakukan.

Data utama serta informasi tambahan dimanfaatkan peneliti untuk menyempurnakan studi ini. Berikut jenis dan sumber data yang digunakan peneliti untuk data sekunder berupa profil Hotel X Kota Bandung, laporan tersebut diambil dari website resmi Hotel X Kota Bandung, selain itu terdapat data *review* tamu member Hotel X mengenai fasilitas dan peranan GRO yang diolah dari ulasan *Trust You*. Sedangkan, Data primer dari penelitian ini adalah data pertumbuhan jumlah tamu *member* Hotel X Kota Bandung tahun 2020 sampai

Indah Mutiara Sari, 2025

PENGARUH FASILITAS DAN GUEST RELATION OFFICER TERHADAP LOYALITAS YANG DI MEDIASI OLEH KEPUASAN TAMU MEMBER DI HOTEL X KOTA BANDUNG

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

2024, selain itu berupa data yang didapatkan dari hasil kuisisioner mengenai penilaian fasilitas hotel dan peran GRO terhadap loyalitas tamu dengan kepuasan tamu sebagai mediasi hubungan tersebut yang ditujukan kepada tamu *member* Hotel X dengan penyebaran kuisisioner sebanyak 100 responden sebagai data utama dari penelitian ini.

3.9 Uji Validitas dan Realibilitas Data

3.9.1 Uji Validitas

Instrumen yang akurat serta cocok adalah alat pengukur yang sudah teruji validitas dan konsistensinya. Oleh sebab itu, peneliti harus menilai keabsahan dari angket. Validitas instrumen dapat dibuktikan melalui tiga jenis, yaitu validitas isi, validitas konstruk, dan validitas kriteria. Validitas isi dinilai oleh ahli dengan tujuan menyajikan bukti pada alat ukur yang kemudian diuraikan secara logis. Sementara itu, validitas konstruk bertujuan mengukur tingkat kesesuaian variabel dengan teori dasar. Selanjutnya, validitas kriteria berfokus pada perbandingan antara instrumen yang dikembangkan dengan instrumen lainnya. Hasil alat ukur yang telah diuji dan ditetapkan standarnya jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ = butir pertanyaan valid

- Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ = butir pertanyaan tidak valid
- Nilai r_{tabel} dengan $N=100$ pada signifikansi 5% (Yusup, 2018).

Suatu butir yang hendak diajukan pada alat penelitian perlu diuji kelayakannya, yang biasanya dilakukan melalui pengujian makna terhadap koefisien korelasi pada tingkat kemaknaan 0,05 atau 5%. Maksudnya, suatu item dinilai sah jika mempunyai korelasi bermakna dengan skor keseluruhan. Apabila nilai r_{hitung} melebihi atau sama dengan r_{tabel} yang didasarkan pada nilai r_{hitung} r_{tabel} sebesar 0,361, maka item atau butir dalam instrumen itu dinyatakan sah.

Pengujian awal terhadap kuesioner dilakukan dengan melibatkan 30 responden guna menilai kualitas butir-butir pertanyaan sebelum disebarkan ke responden yang sebenarnya. Setelah data terkumpul, peneliti melakukan uji

validitas menggunakan software IBM SPSS Statistics 31.0 dan memperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas

| No. | Pernyataan | R Hitung | R Tabel | Keterangan |
|------------------------------------|--|----------|---------|------------|
| Fasilitas (X1) | | | | |
| 1. | Saya merasa kamar hotel selalu dalam keadaan bersih | 0,798 | 0,361 | VALID |
| 2. | Saya merasa bahwa fasilitas hotel dalam kondisi baik dan terawat | 0,891 | 0,361 | VALID |
| 3. | Saya merasa ventilasi dan sirkulasi di area hotel dan kamar sangat baik | 0,757 | 0,361 | VALID |
| 4. | Menurut saya fasilitas penunjang hotel tersedia dengan lengkap | 0,739 | 0,361 | VALID |
| 5. | Menurut saya area hotel terasa aman karena dilengkapi CCTV | 0,756 | 0,361 | VALID |
| 6. | Menurut saya pilihan menu food & beverage yang tersedia sangat beragam | 0,512 | 0,361 | VALID |
| 7. | Saya merasa pencahayaan di kamar sudah cukup dan nyaman | 0,739 | 0,361 | VALID |
| 8. | Menurut saya dekorasi kamar terlihat estetik dan menarik | 0,695 | 0,361 | VALID |
| 9. | Menurut saya pemilihan artwork dan lukisan di area hotel menambah keindahan | 0,692 | 0,361 | VALID |
| 10. | Saya merasa lanskap hotel tertata dengan baik sehingga terlihat Indah | 0,884 | 0,361 | VALID |
| 11. | Saya merasa tampilan bangunan hotel terlihat menarik | 0,725 | 0,361 | VALID |
| 12. | Saya merasa papan nama hotel terbaca dengan baik dan mudah ditemukan | 0,734 | 0,361 | VALID |
| Guest Relation Officer (X2) | | | | |
| 1. | Saya merasa disambut dengan ramah oleh staf <i>Guest Relation</i> pada saat datang | 0,837 | 0,361 | VALID |
| 2. | Saya mendapatkan kesan | 0,856 | 0,361 | VALID |

Indah Mutiara Sari, 2025

PENGARUH FASILITAS DAN GUEST RELATION OFFICER TERHADAP LOYALITAS YANG DI MEDIASI OLEH KEPUASAN TAMU MEMBER DI HOTEL X KOTA BANDUNG

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

| No. | Pernyataan | R Hitung | R Tabel | Keterangan |
|--------------------------|---|----------|---------|------------|
| | pertama yang baik saat pertama kali berinteraksi dengan staf <i>Guest Relation</i> | | | |
| 3. | Saya merasa pada saat sebelum kedatangan staf <i>Guest Relation</i> menanyakan kebutuhan saya secara sopan melalui WhatsApp memberikan kesan pertama yang sangat baik | 0,787 | 0,361 | VALID |
| 4. | Saya merasa bahwa staf <i>Guest Relation</i> berpaikan selalu rapi dan sesuai standar | 0,872 | 0,361 | VALID |
| 5. | Saya merasa penampilan staf <i>Guest Relation</i> mencerminkan citra profesional Hotel X Kota Bandung | 0,858 | 0,361 | VALID |
| 6. | Saya memperhatikan bahwa staf <i>Guest Relation</i> tampil bersih, sopan, dan percaya diri saat bertugas | 0,764 | 0,361 | VALID |
| 7. | Saya merasa staf <i>Guest Relation</i> dapat berkomunikasi dengan jelas dan sopan | 0,772 | 0,361 | VALID |
| 8. | Saya merasa bahwa staf <i>Guest Relation</i> sangat informatif | 0,606 | 0,361 | VALID |
| 9. | Saya merasa nyaman berbicara dengan staf <i>Guest Relation</i> karena gaya komunikasinya yang ramah dan terbuka | 0,627 | 0,361 | VALID |
| 10. | Saya merasa staf <i>Guest Relation</i> mampu menyelesaikan keluhan saya dengan solusi terbaik | 0,558 | 0,361 | VALID |
| 11. | Saya merasa staf <i>Guest Relation</i> mendengarkan keluhan saya dengan sikap yang tenang dan sabar | 0,937 | 0,361 | VALID |
| 12. | Saya merasa staf <i>Guest Relation</i> sangat empatik ketika menghadapi keluhan saya | 0,756 | 0,361 | VALID |
| Kepuasan Tamu (Z) | | | | |

Indah Mutiara Sari, 2025

PENGARUH FASILITAS DAN GUEST RELATION OFFICER TERHADAP LOYALITAS YANG DI MEDIASI OLEH KEPUASAN TAMU MEMBER DI HOTEL X KOTA BANDUNG

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

| No. | Pernyataan | R Hitung | R Tabel | Keterangan |
|---------------------------|---|----------|---------|------------|
| 1. | Saya merasa pelayanan yang saya terima sesuai dengan harapan saya | 0,762 | 0,361 | VALID |
| 2. | Fasilitas yang tersedia di hotel ini sesuai dengan ekspektasi saya sebagai tamu | 0,850 | 0,361 | VALID |
| 3. | Pengalaman menginap saya di hotel ini sesuai dengan apa yang saya harapkan sebelumnya | 0,766 | 0,361 | VALID |
| 4. | Saya tertarik untuk kembali menginap di Hotel X Kota Bandung pada kesempatan berikutnya | 0,740 | 0,361 | VALID |
| 5. | Saya merasa nyaman sehingga ingin menjadi pelanggan tetap hotel ini | 0,627 | 0,361 | VALID |
| 6. | Saya akan menjadikan Hotel X sebagai pilihan utama ketika berkunjung ke Kota Bandung lagi | 0,732 | 0,361 | VALID |
| 7. | Saya bersedia merekomendasikan hotel ini di media sosial | 0,842 | 0,361 | VALID |
| 8. | Saya merasa puas sehingga ingin membagikan pengalaman saya di media sosial | 0,812 | 0,361 | VALID |
| 9. | Saya yakin orang lain juga akan puas jika menginap di hotel ini | 0,684 | 0,361 | VALID |
| Loyalitas Tamu (Y) | | | | |
| 1. | Saya cenderung memilih kembali Hotel X Kota Bandung tanpa mempertimbangkan hotel lain | 0,886 | 0,361 | VALID |
| 2. | Saya menjadikan Hotel X Kota Bandung sebagai pilihan utama setiap kali menginap di Kota Bandung | 0,729 | 0,361 | VALID |
| 3. | Pengalaman saya sebelumnya membuat saya yakin untuk terus menginap di Hotel X Kota Bandung | 0,768 | 0,361 | VALID |

Indah Mutiara Sari, 2025

PENGARUH FASILITAS DAN GUEST RELATION OFFICER TERHADAP LOYALITAS YANG DI MEDIASI OLEH KEPUASAN TAMU MEMBER DI HOTEL X KOTA BANDUNG

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

| No. | Pernyataan | R Hitung | R Tabel | Keterangan |
|-----|---|----------|---------|------------|
| 4. | Saya bersedia merekomendasikan Hotel X Kota Bandung kepada orang-orang terdekat saya | 0,767 | 0,361 | VALID |
| 5. | Saya secara sukarela menceritakan pengalaman menginap saya di Hotel X Kota Bandung kepada orang di sekitar saya | 0,585 | 0,361 | VALID |
| 6. | Saya pernah menginformasikan keberadaan Hotel X Kota Bandung kepada orang lain yang belum mengenalnya | 0,629 | 0,361 | VALID |
| 7. | Saya lebih memilih Hotel X Kota Bandung dibandingkan hotel lain dengan kelas serupa | 0,902 | 0,361 | VALID |
| 8. | Saya tidak tertarik mencoba hotel lain meskipun menawarkan harga lebih murah | 0,699 | 0,361 | VALID |
| 9. | Saya yakin Hotel X Kota Bandung memberikan nilai dan pengalaman yang lebih baik dibanding hotel pesaing | 0,861 | 0,361 | VALID |

Sumber : Hasil Olahan Peneliti (2025)

Mengacu pada hasil analisis uji validitas sebelumnya, seluruh item pertanyaan terbukti valid instrument adalah valid yaitu r hitung $>$ r tabel. Maka dari itu untuk metode penelitian selanjutnya seluruh pernyataan instrument akan digunakan.

3.9.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan penanda kestabilan suatu instrumen pengukur, yakni sejauh apakah instrumen tersebut menghasilkan output yang konsisten saat diuji kembali pada responden yang sama dalam situasi setara (Ramadhan dkk., 2024). Uji reliabilitas pada riset ini dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS memakai teknik *Cronbach's Alpha*. Peneliti menggunakan skala Likert dengan rentang skor 1 hingga 5. Berdasarkan pendapat Nunnally (1994), suatu variabel dianggap konsisten apabila skor *Cronbach's Alpha* mencapai

Indah Mutiara Sari, 2025

PENGARUH FASILITAS DAN GUEST RELATION OFFICER TERHADAP LOYALITAS YANG DI MEDIASI OLEH KEPUASAN TAMU MEMBER DI HOTEL X KOTA BANDUNG

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

minimal 0,60. Variabel dinyatakan andal apabila memiliki skor variabel melebihi 0,60. Jika kurang dari 0,60 maka variabel tidak dapat dianggap andal.

Dalam penelitian ini digunakan uji reliabilitas melalui program software IBM SPSS Statistics 31.0 untuk mengukur apakah keempat variabel yaitu, fasilitas (X1), *guest relation officer* (X2), kepuasan tamu (Z), dan loyalitas tamu (Y) dapat dikatakan reliabel. Berikut merupakan hasil dari pengujian reliabilitas yang telah dilakukan.

Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas

| No. | Variabel | Cronbach's Alpha | N Item | Keterangan |
|-----|------------------------------------|------------------|--------|------------|
| 1. | Fasilitas (X1) | 0,924 | 12 | Reliable |
| 2. | <i>Guest Relation Officer</i> (X2) | 0,938 | 12 | Reliable |
| 3. | Kepuasan Tamu (Z) | 0,904 | 9 | Reliable |
| 4. | Loyalitas Tamu (Y) | 0,903 | 9 | Reliable |

Sumber : Hasil Olahan Peneliti (2025)

Menurut hasil olah data uji realibilitas bisa ditarik kesimpulan bahwa keseluruhan nilai dari *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Oleh karna itu bahwa keempat variabel itu reliabel atau dapat dipercaya.

3.10 Teknis Analisis Data

Pengolahan data dalam penelitian kuantitatif adalah tahap yang dijalani peneliti setelah seluruh data dari responden berhasil dikumpulkan. (Sofwatillah dkk., 2024) menjelaskan bahwa kegiatan analisis data meliputi mengklasifikasikan data menurut pengukuran variabel, menyusun tabel data untuk setiap variabel dari seluruh responden, memperlihatkan data dari masing-masing variabel penelitian, melakukan kalkulasi untuk menjawab pertanyaan penelitian, serta menghitung data ntuk menguji dugaan sementara yang telah disusun. Studi ini menggunakan dua teknik pengolahan data yakni analisis deskriptif dan verifikatif untuk mengolah data yang diperoleh

3.10.1 Analisis Deskriptif

Nasution (2020) menyatakan bahwa statistik deskriptif mencakup pengumpulan data, penyajian hasil pengamatan secara visual, dan penentuan ukuran statistik dasar sesuai skala pengukuran. Analisis deskriptif dapat diperoleh dengan beberapa data berikut untuk variabel penelitian, diantaranya:

1. Analisis deskriptif rasa senang tamu berdasarkan fasilitas yang mencakup keadaan fasilitas, kelengkapan, desain interior, dan desain eksterior.
2. Analisis deskriptif kepuasan tamu berdasarkan kontribusi GRO yang disediakan oleh hotel yang mencakup dari *First Impression, Personal Appearance, Communication, dan Dealing with Complaint*
3. Analisis deskriptif mengenai kepuasan tamu saat menginap di Hotel X Kota Bandung.
4. Analisis deskriptif mengenai loyalitas tamu member di Hotel X Kota Bandung.

Penelitian ini menerapkan skala likert sebagai alat ukur dalam meninjau serta mengevaluasi persepsi dari setiap individu terkait fenomena yang diteliti (Sugiyono, 2016). Pedoman interpretasi dari pembobotan skala likert adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Interpretasi Nilai Skala Likert

| Interpretasi | Nilai |
|---------------------|-------|
| Sangat Setuju | 5 |
| Setuju | 4 |
| Netral | 3 |
| Tidak Setuju | 2 |
| Sangat Tidak Setuju | 1 |

Sumber : Sugiyono (2016)

Interperasi terhadap setiap jawaban responden pada masing-masing item dalam kuesioner ditampilkan dalam tabel di atas. Interpretasi ini bertujuan untuk memberikan panduan sekaligus memudahkan responden dalam memberikan jawaban. Selanjutnya, analisis deskriptif dipakai untuk menjelaskan respons responden terhadap setiap variabel dengan cara mengklasifikasikan total skor

yang diperoleh dengan acuan penafsiran skor sesuai dengan rentang yang telah dihitung yaitu:

Tabel 3. 5 Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden

| No. | Persentase Skor (%) | Kriteria |
|-----|---------------------|-----------------------------|
| 1 | 20,00 – 36,00 | Tidak baik / Rendah |
| 2 | 36,01 – 52,00 | Kurang baik / Kurang Tinggi |
| 3 | 52,01 – 68,00 | Cukup baik / Cukup Tinggi |
| 4 | 68,01 – 84,00 | Baik / Tinggi |
| 5 | 84,01 – 100,00 | Sangat Baik / Sangat tinggi |

Sumber : Narimawati (2010)

Kriteria ini digunakan untuk memberikan makna kualitatif terhadap data kuantitatif, sehingga hasil perhitungan rata-rata pandangan responden terhadap setiap variabel bisa diinterpretasikan secara jelas.

3.10.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif merupakan cara pengolahan informasi yang digunakan peneliti. Dalam langkah terencana, analisis verifikatif berperan untuk mengenali peluang keterkaitan antara variabel dalam dugaan yang berhubungan dengan masalah yang dikaji, dengan maksud menguji hipotesis yang telah dibuat (Sugiyono, 2018). Pada penelitian ini, penerapan analisis verifikatif dilakukan lewat metode regresi linier berganda. Maksudnya ialah mengetahui pengaruh signifikan dari aspek variabel X1 yang mencakup keadaan fasilitas, kelengkapan, desain interior interior, dan desain eksterior, serta X2 yang meliputi kesan awal, penampilan pribadi, komunikasi, dan penanganan keluhan, terhadap variabel Y yaitu loyalitas tamu, dan variabel Z yakni kepuasan tamu.

3.10.2.1 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Penelitian menerapkan uji kenormalan *Kolmogorov-Smirnov*. Langkah yang perlu dilakukan dalam melaksanakan uji *Kolmogorov-Smirnov* ialah Dengan menghitung nilai rata-rata dari data terlebih dahulu, lalu data tersebut diurutkan mulai dari yang terkecil dengan adanya frekuensi dari masing-masing data. Selanjutnya, menetapkan taraf signifikansi yang bernilai $\alpha = 0,05$. Kemudian, menentukan syarat pengujian dalam menerapkan uji Kolmogorov-Smirnov yaitu sebagai berikut.

Indah Mutiara Sari, 2025

PENGARUH FASILITAS DAN GUEST RELATION OFFICER TERHADAP LOYALITAS YANG DI MEDIASI OLEH KEPUASAN TAMU MEMBER DI HOTEL X KOTA BANDUNG

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

- a. Data bisa disebut menyebar normal jika taraf signifikansi $> 0,05$.
- b. Data bisa disebut menyebar tidak normal jika taraf signifikansi $< 0,05$.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dipakai untuk mengenali adanya hubungan erat antar faktor bebas dalam suatu model regresi. Cara untuk mengidentifikasi kemungkinan korelasi tinggi antara variabel bebas adalah dengan memakai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Menurut Ghozali (2016), *tolerance* Menunjukkan tingkat variasi dalam faktor bebas tertentu yang tidak dapat dijelaskan oleh faktor bebas lainnya. Oleh sebab itu, angka toleransi rendah berhubungan dengan nilai *VIF* yang tinggi. Penjelasan mengenai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) adalah sebagai berikut:

- a. Jika *VIF* > 10 dan nilai *Tolerance* < 0.10 maka terjadi terdapat indikasi adanya multikolinearitas.
- b. Jika *VIF* < 10 dan nilai *Tolerance* > 0.10 maka tidak terdapat indikasi adanya multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi tersebut memiliki varian yang konstan dari residual atau error antara satu pengamatan ke pengamatan lainnya (Uthami, 2013). Residual adalah selisih antara nilai aktual Y dan nilai prediksi untuk variabel Y tersebut. Nilai absolut digunakan untuk mengukur nilai tanpa memperhitungkan arahnya. Sebuah model regresi yang ideal seharusnya tidak memperlihatkan heteroskedastisitas. Dalam uji heteroskedastisitas, terdapat dua kemungkinan hasil keputusan yang dapat diperoleh, yaitu:

- a. Jika nilai signifikansi (sig.) $> 0,05$ yang berarti tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan
- b. Namun, jika nilai signifikansi (sig.) $< 0,05$ yang berarti ada tanda-tanda heteroskedastisitas pada model regresi yang dipakai

3.10.2.2 Method of Successive Internal (MSI)

Berdasarkan hasil data yang didapatkan dari responden merupakan data berskala ordinal. Pada dasarnya, syarat penggunaan analisis regresi linear berganda adalah dengan menggunakan data interval. Maka dari itu, perlu dilakukan pengubahan skala data ordinal tersebut menjadi data interval. Cara yang dipakai untuk mengubah skala data tersebut adalah dengan menggunakan *Method of Success Interval* (MSI), yang mana terdapat beberapa prosedur untuk melakukan pengubahan data tersebut, yaitu :

1. Menghitung frekuensi (f) pertanyaan dari setiap jawaban responden
2. Dari nilai frekuensi yang didapatkan, melakukan penghitungan proporsi (p) dari setiap jawaban responden dengan cara membagi banyaknya kejadian dengan keseluruhan responden
3. Melakukan penghitungan proporsi kumulatif untuk setiap pertanyaan berdasarkan nilai proporsi sebelumnya
4. Menentukan batas nilai table normal atau Z untuk setiap jawaban
5. Menetapkan nilai interval rata-rata pada tiap respons dengan menggunakan persamaan seperti berikut:
6.
$$Scale\ value = \frac{density\ at\ lower\ limit - density\ upper\ limit}{area\ below\ limit - area\ below\ lower\ limit}$$
7. Menentukan nilai transformasi dari setiap respons dengan menggunakan persamaan seperti berikut:
8.
$$Nilai\ hasil\ transformasi : score = scale\ value + 1$$

3.10.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Teknik analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetes hubungan antara dua atau lebih variabel bebas dengan variabel terikat yang diukur menggunakan skala rasio (Astriawati, 2016). Pada studi ini, metode regresi linier berganda Dimanfaatkan sebab peneliti hendak memahami dampak langsung dan satu arah dari faktor independen terhadap faktor dependen.

3.10.4 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Path Analysis atau analisis jalur merupakan bentuk lanjutan dari regresi linear berganda yang digunakan untuk memperkirakan hubungan kausal antarvariabel berdasarkan model teoritis. Teknik ini tidak serta-merta menunjukkan hubungan sebab-akibat secara langsung dan tidak dapat dijadikan pengganti uji kausalitas. Tujuan utamanya adalah menggambarkan pola hubungan antara tiga variabel atau lebih, serta menghasilkan 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 independen (fasilitas dan *guest relation officer*) terhadap variabel dependen (loyalitas tamu).
 - b. Panah yang menunjukkan pengaruh tidak langsung antara variabel independen (fasilitas dan *guest relation officer*) dan variabel variabel dependen (loyalitas tamu) yang dimediasi dengan variabel intervening (kepuasan tamu).

Pengaruh langsung berarti suatu variabel memengaruhi variabel lainnya secara langsung, tanpa ada variabel lain yang terlibat. Adapun pengaruh tidak langsung terjadi ketika pengaruh tersebut berjalan melalui variabel intervening sebagai mediator.

3.11 Pengujian Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial atau uji t bermaksud untuk mengukur seberapa besar dampak masing masing variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah (Ghozali, 2016). Dalam konteks regresi linear berganda, uji t dimanfaatkan untuk memutuskan apakah faktor-faktor seperti fasilitas dan *guest relation officer* (variabel X) memberikan pengaruh signifikan pada loyalitas tamu (variabel Y).

Nilai uji t didapatkan dengan membandingkan t-hitung dan t-tabel pada taraf signifikansi 5%, seperti yang dijelaskan berikut ini:

- a. Ho1 dan Ho2 dengan nilai signifikansi $> 0,05$ berarti diterima dikarenakan tidak adanya pengaruh
- b. Ho1 dan Ho2 dengan nilai signifikansi $< 0,05$ berarti ditolak dikarenakan ada pengaruh

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk menguji pengaruh simultan (bersama-sama) antara semua faktor bebas terhadap faktor terikat dalam model regresi (Darma, 2021). Berdasarkan nilai signifikansi dengan tingkat kepercayaan 95%, uji simulan dapat dikatakan sebagai berikut,

- a. Bila nilai signifikansi kurang dari 0,05, berarti variabel bebas bersama-sama memengaruhi variabel terikat
- b. Jika nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama variabel independen tidak berpengaruh pada variabel dependen

Dari nilai signifikansi output SPSS, dapat dinyatakan sebagai berikut,

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai signifikan $< 0,05$ maka Ho3 ditolak namun Ha3 diterima (signifikan)
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, atau nilai signifikan $> 0,05$ maka Ho3 diterima namun Ha3 ditolak (tidak signifikan)

3.12 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) dilakukan Untuk menilai perubahan pada variabel Y yang diterangkan oleh variasi dalam variabel X dengan uraian sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien determinasi

r = Koefisien relasi

Interpretasi ini digunakan untuk menilai sejauh mana mutu fasilitas dan mutu pelayanan memengaruhi kepuasan tamu. Jika koefisien mendekati 100%, hal ini menunjukkan pengaruh kuat dari faktor bebas terhadap faktor terikat.

Indah Mutiara Sari, 2025

PENGARUH FASILITAS DAN GUEST RELATION OFFICER TERHADAP LOYALITAS YANG DI MEDIASI OLEH KEPUASAN TAMU MEMBER DI HOTEL X KOTA BANDUNG

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

Sebaliknya, jika koefisien merujuk ke 0%, maka menunjukkan Dampak variabel bebas terhadap variabel terikat sangat kecil atau hampir tidak ada tergolong lemah.