

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menganalisa tentang bagaimana pelaksanaan *strategiservice excellence* dalam menciptakan *customer delight*. Menurut Zikmund, (2010:120)“Variabel independen(bebas) merupakan variabel yang diharapkan untuk mempengaruhi variabel terikat dalam beberapa cara”. Dalam penelitian ini, *service excellence* yang menjadi variabel *independent* memiliki empat unsur yaitu *delivering the promise, providing the personal touch, going an extra mile, dan dealing well with problem and requires*

Variabel dependen (terikat) menurut Zikmund, (2010:120) merupakan “Variabel yang dapat diprediksi atau dijelaskan oleh variabel lainnya. Variabel *dependent* dalam penelitian ini yaitu *customer delight* memiliki lima indikator yang terdiri dari *unexpectedly high level of performance, arousal, positive affect*.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah tamu *member SIP* yang menginap di Santika Siligita Nusa Dua Bali. Penelitian ini menggunakan metode pengembangan *cross section method*. Menurut Malhotra (2009:101) metode *cross sectional* adalah “Metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam satu kurun waktu/tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang”.

Penelitian dilakukan dengan jangka waktu kurang dari satu tahun yakni pada bulan Januari hingga Mei 2014, dengan memperoleh informasi dari sebagian populasi yang dikumpulkan langsung secara empirik mengenai objek yang sedang diteliti.

3.2 Metodologi Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan

Berdasarkan penjelasan dan bidang penelitian, maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Dimana dalam penelitian ini akan diuji

apakah *service excellence* berpengaruh terhadap penciptaan *customer delight* di Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali. Penelitian deskriptif menurut Moh. Nazir (2011:54) yaitu “Suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistemn pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang”. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diteliti. Adapun pengertian Penelitian verifikatif menurut Malhotra (2009:104) “Penelitian untuk menguji pengujian secara kausal, yaitu hubungan antara variabel independen dan dependen”.

Berdasarkan jenis penelitian yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data dilapangan, maka metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *explanatory survey*. Malhotra (2010:96) menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan metode *explanatory survey* sebagai berikut:

Explanatory survey dilakukan untuk mengeksplorasi situasi masalah, yaitu untuk mendapatkan ide-ide dan wawsan ke dalam masalah yang dihadapi menejemn atau para peneliti tersebut. Penjelasan penelitian dalam bentuk wawancara mendalam atau kelompok fokus dapat memberikan wawsan berharga.

Berdasarkan penelitian tersebut metode yang digunakan dalam penelitian ini, informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung ke tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang diteliti. *Explanatory survey* ini bertujuan untuk mengekspolrassi atau penelitian melalui masalah atau situasi untuk mendapatkan wawsan dan pemahaman (Malhotra 2009:98).

Menurut Sherri L. Jackson (2012:20) menyatakan, “*Survey method is questioning individuals on a topic or topics then describing their response*”. Metode survey merupakan menanyakan individu pada sebuah topik atau beberapa topik kemudian menggambarkan tanggapan mereka. Survei informasi dari sebagian informasi dari sebagian populasi (sampel responden) dikumpulkan

langsung ditempat keadain secara empirik, dengan tujuan utnuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang diteliti

3.2.2Operasionalisasi Variabel

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini dioperasionalisasikan dalam dua variabel utama yaitu variabel *independent* (bebas) adalah *service excellence* yang terdiri dari *delivering the promise, providing the personal touch, going an extra mile, dan dealing well with problem and requires*. Sedangkan variabel *dependent* (terikat) yaitu *customer delight* yang terdiri dari *unexpectedly high level of performance, arousal, positive affect*.

Menurut Moh. Nazir (2010:116) bahwa “Operasionalisasi variabel merupakan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstrak atau variabel tersebut”. Secara lebih rinci operasionalisasi variabel masing-masing dapat dilihat pada Tabel 3.1 berikut ini.

**TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL**

Variabel / Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Service Excellence (X)	<i>Service excellence is extra effort in service delivery, a process that can surprise customers.</i> Johnston dalam Matthias Gouthier (2012:449)				
Delivering the promise	<i>Indicate that the front liners are aware of the need to provide the basics of the quick service, reliable, providing a sense of safety, employees are always available and always give the warmth.</i>	<i>Always give the warmth</i>	Tingkat intensitas frontliner memberikan greeting dengan menyebutkan nama tamu	<i>Ordinal Scale</i>	III.1
		<i>Quick Service</i>	Tingkat realisasi frontlinermemb erikan akses cepat pada saat tamu SIP	<i>Ordinal Scale</i>	III.2

		<i>Always available</i>	<i>membercheck in dan check out</i> Tingkat kesediaan <i>frontliner</i> dalam memberikan kamar sesuai keinginan tamu SIP <i>member</i>	<i>Ordinal Scale</i>	III.3
		<i>Providing a sense of safety</i>	Kemampuan <i>frontliner</i> dalam menjaga privasi tamu SIP <i>member</i>	<i>Ordinal Scale</i>	III.4
		<i>Always reliable</i>	Tingkat keakutran <i>frontliner</i> dalam memberikan informasi	<i>Ordinal Scale</i>	III.5
<i>Providing a personal touch</i>	<i>Giving a personal touch, including treating customers well, providing personalized service, understanding customer needs, friendly and caring.</i>	<i>Friendly</i>	Tingkat kehangatan karyawan dalam menyambut kedatangan tamu SIP <i>member</i>	<i>Ordinal Scale</i>	III.6
		<i>Providing personalized service</i>	Tingkat kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan secara personal	<i>Ordinal Scale</i>	III.7
		<i>Caring</i>	Tingkat kepedulian karyawan dalam membantu	<i>Ordinal Scale</i>	III.8

			kesulitan tamu <i>SIP member</i>		
<i>Going an extra mile</i>	<i>Finding additional needs, and provide extra services Doing more than required. Exceed customer expectations and surprise customers.</i>	<i>Provide extra services</i>	Tingkat kemampuan karyawan memberikan pelayanan lebih dari harapan tamu <i>SIP member</i>	<i>Ordinal Scale</i>	III.9
		<i>Surprise customers</i>	Tingkat kekonsistenan hotel dalam memberikan <i>welcome letter</i> dan <i>welcome fruit</i> pada tamu <i>SIP member</i>		<i>Ordinal Scale</i>
				Tingkat intensitas karyawan dalam memberikan <i>special attention treatment</i> kepada tamu <i>SIP member</i>	
<i>Dealing well with problems and queries</i>	<i>Dealing with the problem well and eager to answer questions</i>	<i>Helpful</i>	Tingkat kesediaan karyawan dalam membantu kesulitan tamu <i>SIP member</i>	<i>Ordinal Scale</i>	III.12
		<i>Offer Solution</i>	Tingkat intensitas karyawan dalam menawarkan bantuan pada tamu <i>SIP</i>	<i>Ordinal Scale</i>	III.13 III.14

		<i>Responsible</i>	<i>member</i> Tingkat tanggung jawab karyawan dalam menangani keluhan tamu SIP <i>member</i>	<i>Ordinal Scale</i>	
Customer Delight (Y)	<i>Customer delight occurs when positive disconfirmation is coupled with pleasure and surprise.</i> Lovelock dan Writz, (2011:75)				
	Pelanggan merasa bahwa tingkat ketiba-tibaan dari kinerja pelayanan yang diberikan sangat tinggi	Unexpectedly high level of performance	Tingkat rasa senang ketika penyambutan kedatangan tamu	<i>Ordinal Scale</i>	III.15
			Tingkat rasa senang terhadap layanan yang tidak diduga		III.16
			Tingkat rasa senang terhadap inovasi pelayanan yang diberikan		III.17
	Perusahaan mampu membangkitkan kegembiraan dengan meningkatkan ego pelanggan	Arousal	Tingkat rasa senang ketika dilayani lebih spesial	<i>Ordinal Scale</i>	III.18
			Tingkat rasa ingin selalu dilayani lebih spesial		III.19
			Tingkat rasa gembira terhadap keunggulan menjadi <i>member</i> SIP		III.20
	Respon positif yang diberikan oleh pelanggan	Positive affect	Tingkat rasa senang atas pelayanan	<i>Ordinal Scale</i>	III.21

	akibat dari pelayanan yang diberikan		spesial yang didapatkan		
		<i>Positive affect</i>	Tingkat rasa senang atas kenyamanan selama menginap	<i>Ordinal Scale</i>	III.22
			Tingkat rasa senang menjadi <i>member</i> SIP		III.23
		<i>Positive affect</i>	Tingkat rasa senang terhadap kebenaran benefit yang dijanjikan pada tamu SIP <i>member</i>	<i>Ordinal Scale</i>	III.24

Sumber: Modifikasi dari berbagai literatur, 2014

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan sekunder. Malhotra (2009:120) mengungkapkan definisi-definisi data primer dan sekunder sebagai berikut:

1. Data Primer (*Primary Data Source*)

Data primer merupakan data yang dibuat oleh peneliti langsung untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya.

2. Data Sekunder (*Secondary Data Source*)

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan untuk maksud selain untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi. Biasanya diperoleh melalui badan/instansi yang bergerak dalam proses pengumpulan data, baik itu instansi pemerintah maupun swasta. Misalnya Badan Pusat Statistik, Survei Riset Indonesia, dan instansi lainnya. Berikut jenis data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini seperti yang dijelaskan dalam Tabel 3.2 berikut.

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Data	Jenis Data	Sumber Data	Digunakan Untuk Tujuan Penelitian		
				T-1	T-2	T-3
1	Profil perusahaan, visi, misi, dan struktur organisasi	Sekunder	<i>HR Department</i> Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali	-	-	-
2	Operasional kegiatan perusahaan	Sekunder	<i>Front Office Department</i> Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali	-	-	-
3	<i>Market share</i>	Sekunder	<i>Front Office Department</i> Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali, 2013	-	-	-
4	Karakteristik Responden	Primer	Tamu SIP <i>member</i> yang menginap di Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali	-	-	-
5	Tanggapan tamu hotel mengenai <i>service excellence</i>	Primer	Tamu SIP <i>member</i> yang menginap di Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali	✓	-	✓
6	Tanggapan tamu hotel terhadap <i>customer delight</i>	Primer	Tamu SIP <i>member</i> yang menginap di Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali	-	✓	✓

7	Tanggapan tamu hotel mengenai pengaruh <i>service excellence</i> terhadap <i>customer delight</i>	Primer	Tamu SIP <i>member</i> yang menginap di Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali	✓	✓	✓
---	---	--------	--	---	---	---

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2014

3.2.4 Populasi dan Sampel

3.2.4.1 Populasi

Menurut Sherri L. Jackson (2012:20), "*Population is all the people about whom a study it meant to generalize*". Populasi adalah semua orang mengenai untuk siapa penelitian itu dimaksudkan kemudian melakukan generalisasi. Sedangkan menurut Menurut Moh Nazir (2011:271) "Populasi adalah kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan". Berdasarkan beberapa pengertian populasi tersebut maka dapat dikatakan bahwa populasi merupakan keseluruhan atau totalitas objek psikologis yang dibatasi oleh kriteria tertentu.

Berdasarkan pengertian tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang mempengaruhi *customer delight*, dan anggota populasinya adalah SIP *member* yang menginap di Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali. Tingkat hunian Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali memiliki rata-rata dalam satu tahunnya sebesar 38156. Banyaknya SIP *member* yang menginap di Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali pada tahun 2013 adalah sebesar 38% atau sebesar 19374. (Sumber: *Front Office Departement* Hotel Santika Siligita, 2013).

3.2.4.2 Sampel

Salah satu bagian dalam desain penelitian adalah menentukan populasi dan sampel penelitian. Dimana penelitian pada umumnya dilakukan dengan tidak menggunakan keseluruhan dari populasi yang ada. Adanya keterbatasan biaya, serta waktu yang tersedia menjadi penyebab mengapa penelitian hanya

NORMA KOMALASARI, 2014

UPAYA MENCIPTAKAN *CUSTOMER DELIGHT* MELALUI *SERVICE EXCELLENCE* HOTEL SANTIKA SILIGITA NUSA DUA BALI

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

mengambil sebagian dari populasi yang ada. Sebagian populasi itulah yang disebut dengan sampel. Mark L. Bernson (2012:250) menyatakan, “*A sample is defined as the population that has been selected for analysis*”. Sampel adalah populasi yang terpilih untuk dianalisis. Sedangkan menurut Malhotra (2009:364) “Sampel adalah subkelompok populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi”.

Dalam penelitian ini tidak memungkinkan untuk menggunakan keseluruhan populasi untuk diteliti, hal ini disebabkan oleh adanya faktor waktu, biaya, tenaga, dan perijinan. Untuk itu penelitian diperkenankan mengambil sebagian objek populasi yang telah ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili bagian yang lain yang akan diteliti (representatif). Seperti yang dijelaskan oleh Dantes (2012:38), “Besarnya populasi mempengaruhi representatif sample, karena semakin besar jumlah sample semakin besar peluang sample mengikuti ciri-ciri dan distribusi populasinya”. Husein Umar (2008:141), mengemukakan untuk menentukan ukuran sampel dapat ditentukan dengan menggunakan teknik slovin berikut.

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

Keterangan : n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Nilai presisi = 10% = 0.1

Adapun perhitungan jumlah yang dipergunakan dalam penelitian ini yakni sebagai berikut.

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

$$n = \frac{19374}{1 + 19374 x 0.1^2}$$

$$= 99.35 \approx 100$$

Jadi dalam penelitian ini ukuran sampel minimal dalam penelitian ini adalah 100 responden. Untuk kepentingan dalam penelitian ini, maka sampel yang digunakan ditambah sebanyak 1 sampel sehingga sampelnya menjadi 100 orang responden.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Charles Stangor (2011:110), mengemukakan bahwa “*Sampling refers to the selection of people to participate in a research project, usually with the goal of being able to use these people to make inferences about a larger group of individuals*”. Teknik sampling mengacu pada pemilihan orang-orang untuk berpartisipasi dalam sebuah proyek penelitian biasanya digunakan untuk membuat kesimpulan tentang kelompok yang lebih besar dari individu. Menurut Malhotra (2009:375) “Sebuah teknik sampling dapat diklasifikasikan sebagai *non probability* dan *probability*. Sampel *probability* merupakan sampel dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel, sedangkan sampel *non probability* kebalikan dari *probability* dimana setiap elemen atau populasi tidak memiliki peluang yang sama dan pemilihan sampel bersifat objektif.

Probability sampling memiliki empat jenis teknik penarikan yaitu *simple random sampling*, *systematic random sampling*, *stratified random sampling*, dan *area (cluster) sampling* (sampling menurut daerah). Sedangkan sampel *non probability* memiliki tiga jenis teknik penarikan yaitu *convenience sampling*, *purpose sampling*, dan *snowball sampling*.

Dalam penelitian ini menggunakan salah satu teknik sampel dari *Probability Sampling*. Yaitu *systematic random sampling*, sistematis random sampling adalah cara pengambilan sampel, dimana hanya unsur pertama yang dipilih secara random, sedang unsur-unsur berikutnya dipilih secara sistematis menurut suatu pola tertentu. Berikut langkah-langkah yang dilakukan dalam menggunakan teknik sampling sistematis.

1. Menentukan populasi sasaran. Dalam penelitian ini yang menjadi sasaran populasi yakni tamu SIP *member* yang menginap di Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali pada Tahun 2013.
2. Tentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan sampling. Dalam penelitian ini waktu yang digunakan oleh peneliti adalah pukul 19.00-21.00.

3. Lakukan orientasi lapangan, kuesioner dilakukan dengan menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan secara *online* kepada responden yaitu dengan menggunakan aplikasi Google *Drive* kepada tamu SIP *member* yang menginap di Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali. Langkah-langkah penyebaran kuesioner secara *online* adalah sebagai berikut:
 - a. Menyusun daftar pertanyaan secara *online* menggunakan Google *Drive*, kunjungi *drive.google.com* kemudian *login* menggunakan akun Google, pilih *create,form* untuk memulai membuat kuesioner *online*.
 - b. Setelah kuesioner *online* selesai, kemudian dilakukan penyebaran kuesioner dan alamat web tersebut melalui *email* tamu SIP *member* yang telah didata sebelumnya, melakukan penyebaran melalui *media social* yang dimiliki tamu SIP *member* seperti facebook dan media sosial lainnya.
 - c. Setelah responden mengisi kuesioner maka data secara otomatis masuk ke akun Google *Drive* penulis. Data yang ada ditampung dan dilakukan pengolahan.
4. Sampel minimal sebesar 100 orang responden pada tamu SIP *member* yang menginap di Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam merekam data penelitian. Penentuan teknik pengumpulan data harus relevan dengan masalah penelitian dan karakteristik sumber data (Sedarmayanti dan Hidayat 2011:212). Secara umum terdapat beberapa teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, angket/kuesioner serta studi literatur. Adapun teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah sebagai berikut.

1. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data untuk memperoleh data dan informasi dari narasumber secara lisan. Proses

wawancara dilakukan dengan cara tatap muka secara langsung dengan narasumber yakni pihak manajemen Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali, yang dilakukan kepada *Staff Human Resources, Front Office*, hingga pada *Sales and Marketing Departement*. Adapun tujuan dari dilakukannya wawancara ini yakni untuk memperoleh data mengenai profil perusahaan dan *strategiservice excellencyang* digunakan Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali

2. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara melakukan peninjauan serta pengamatan secara langsung terhadap gejala yang tampak pada objek yang diteliti yakni Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali, khususnya mengenai *service excellencedan customer delight*.

3. Angket / Kuesioner

Angket atau kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data secara tidak langsung (peneliti tidak langsung bertanya jawab dengan responden). Instrumen atau alat pengumpulan data yang disebut angket, berisi sejumlah pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab atau direspon oleh responden. Responden mempunyai kebebasan untuk memberikan jawaban atau respon sesuai dengan presepsinya.

Kuesioner merupakan metode penelitian yang harus dijawab responden untuk menyatakan pandangannya terhadap suatu persoalan. Kuesioner berisi pertanyaan mengenai karakteristik responden, pengalaman serta penilaian tamu pada keseluruhan hasil dari *service excellenceserta customer delight*. Kuesioner ditujukan kepada tamu SIP *member* yang menginap di Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali yang disebarakan secara *onlie* melalui aplikasi *Google Drive* kepada tamu SIP *member*

4. Studi Literatur

Studi literatur merupakan cara pengumpulan data atau informasi terkait teori-teori yang berhubungan dengan masalah variabel yang diteliti, yang terdiri dari *service excellence* dan *customer delight*. Pengumpulan informasi dapat dilakukan baik melalui buku maupun jurnal serta artikel

yang diterbitkan. Untuk mengetahui lebih jelas bagaimana teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikan dalam Tabel 3.5 berikut

TABEL 3.5
TEKNIK PENGUMPULAN DATA

No	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
1	Wawancara	<i>Staff Sales Marketing, Front Office, Human Resources, Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali</i>
2	Observasi	Pelaksanaan <i>service excellence</i> dan <i>customer delight</i> di Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali
3	Kuesioner	Tamu SIP <i>member</i> yang menginap di Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali
4	Studi Literatur	<i>Service excellence</i> dan <i>customer delight</i> di Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer dan Data Sekunder, 2014

3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Realibilitas

Pada suatu penelitian, data mempunyai kedudukan paling tinggi, karena data merupakan gambaran dari variabel yang diteliti dan fungsinya sebagai pembentuk hipotesis. Oleh karena itu benar tidaknya data akan sangat menentukan mutu hasil penelitian. Sedangkan benar atau tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan *reliable*.

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 excellence* (X) ada pengaruhnya atau tidak terhadap variabel *customer delight* (Y). Sebelum

melakukan analisis data, dan juga untuk menguji layak atau tidaknya kuesioner yang disebarkan kepada responden, terlebih dahulu dilakukan Uji Validitas dan Uji Realibilitas untuk melihat tingkat kebenaran serta kualitas data.

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Dalam penelitian ini, dilakukan uji validitas untuk mengukur bahwa terdapat kesamaan antara data yang ada dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Menurut Cooper and Schindler (2011:280), “*Validity is the ability of a research instrument to measure what it is purported to measure.*” Hal tersebut serupa dengan apa yang dinyatakan oleh Sherri L. Jackson (2012:85), “*Validity is an indication of whether the instrument measuring what it claims to measure*”. Validitas adalah indikasi apakah instrument mengukur apa yang dikatakannya untuk diukur.

Menurut Malhotra (2009:282) “*The validation of scale may be defined as the extent to which differences in observed scale score reflect true differences among on the characteristic being measured*”. Suatu tes dapat dikatakan mempunyai validitas tinggi apabila tes tersebut menjalankan fungsinya ukurannya atau memberikan hasil ukuran sesuai dengan makna dan tujuan diadakannya tes tersebut.

Rumus yang digunakan untuk menguji validitas menggunakan nilai korelasi antara data pada masing-masing pernyataan dengan skor total memakai teknik korelasi *product moment* (dikemukakan oleh Pearson).

Rumus teknik korelasi *product moment* yakni sebagai berikut.

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

Keterangan :

- r_{xy} = Koefisien korelasi *product moment*
- n = Jumlah sampel atau banyaknya responden
- X = Skor yang diperoleh subjek dalam setiap item
- Y = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item
- $\sum X^2$ = Kuadrat faktor variabel X

ΣY^2 = Kuadrat faktor variabel Y

ΣXY = Jumlah perkalian faktor korelasi variabel X dan Y

Keputusan pengujian validitas item instrument, menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut.

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid, jika signifikansi $< 0,05$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid, jika signifikansi $> 0,05$

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi adalah sebagai berikut :

TABEL 3.4
PEDOMEN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI
KOEFISIEN KORELASI

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2013:184)

Sedangkan pengujian keberartian koefisien (t) dilakukan dengan taraf signifikansi 5%. Rumus uji t digunakan sebagai berikut:

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

Keputusan pengujian validitas item instrument, menggunakan taraf signifikansi adalah sebagai berikut:

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid., jika r hitung $> r$ tabel
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid, jika r hitung $< r$ tabel
3. Berdasarkan jumlah angket yang diuji sebanyak 15 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk) $n-2$ ($15-2=13$), maka didapat nilai rtabel sebesar 0,553

Perhitungan validitas item instrument dilakukan dengan bantuan program IBM SPSS *Statistics* 20. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan

IBM SPSS *Statistics* 20 diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti terdapat tiga item pertanyaan yang menunjukkan angka thitung <0,553. Kemudian tiga item pertanyaan tersebut dibuang dan dilakukan pengujian ulang dengan hasil pengolahan data yang menunjukkan bahwa item pertanyaan dalam kuesioner valid karena r hitung lebih besar dibandingkan rtabel yang bernilai 0,553, berikut uji validitas instrumen penelitian

TABEL 3.5
HASIL VALIDITAS INSTRUMEN PENELITIAN

No. Item	Pertanyaan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
<i>Delivering The Promise</i>				
1	Realisasi <i>frontliner</i> memberikan akses cepat pada saat tamu SIP member <i>check in</i> dan <i>check out</i>	0,844	0,553	Valid
2	Kesediaan <i>frontliner</i> dalam meberikan kamar sesuai keinginan tamu SIP member	0,879	0,553	Valid
3	Keakutratan <i>frontliner</i> dalam memberikan informasi	0,625	0,553	Valid
<i>Providing a Personal Touch</i>				
4	Kehangatan karyawan dalam menyambut kedatangan tamu SIP member	0,754	0,553	Valid
5	Kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan secara personal	0,636	0,553	Valid
6	Kepedulian karyawan dalam membantu kesulitan tamu SIP member	0,704	0,553	Valid
<i>Going an Extra Mile</i>				

7	Kekonsistenan hotel dalam memberikan <i>welcome letter</i> dan <i>welcome fruit</i> pada tamu SIP member	0,663	0,553	Valid
8	Intensitas karyawan dalam memberikan <i>special attention treatment</i> kepada tamu SIP member	0,817	0,553	Valid
<i>Dealing well with problems and queries</i>				
9	Intensitas karyawan dalam menawarkan bantuan pada tamu SIP member	0,579	0,553	Valid
10	Kesediaan karyawan dalam membantu kesulitan tamu SIP member	0,622	0,553	Valid
11	Tanggung jawab karyawan dalam menanganikeluhan tamu SIP member	0,682	0,553	Valid

Customer Delight

No. Item	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Unexpectedly high level of performance</i>				
12	Rasa senang ketika penyambutan kedatangan tamu	0,783	0,553	Valid
13	Rasa senang terhadap layanan yang tidak diduga	0,786	0,553	Valid
14	Rasa senang terhadap inovasi pelayanan yang diberikan	0,829	0,553	Valid
<i>Arousal</i>				
15	Rasa senang ketika dilayani lebih spesial	0,562	0,553	Valid
16	Rasa ingin selalu dilayani lebih spesial	0,739	0,553	Valid

17	Rasa gembira terhadap keunggulan menjadi <i>member</i> SIP	0,602	0,553	Valid
<i>Positive Affect</i>				
18	Rasa senang atas pelayanan spesial yang didapatkan	0,725	0,553	Valid
19	Rasa senang atas kenyamanan selama menginap	0,635	0,553	Valid
10	Rasa senang menjadi <i>member</i> SIP	0,620	0,553	Valid
21	Rasa senang terhadap kebenaran <i>benefit</i> yang dijanjikan pada tamu SIP <i>member</i>	0,816	0,553	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2014

Berdasarkan Tabel 3.5 tentang hasil pengolahan data menunjukkan pengukuran validitas atas item-item pertanyaan koesioner penelitian. Butir pertanyaan dinyatakan valid karena rhitung lebih besar jika dibandingkan rtabel yang bernilai 0,553. Tingkat validitas tertinggi terdapat pada item pertanyaan pada dimensi *delivering the promise* sebesar 0,879. Hal ini dikarenakan *frontliner* Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali selalu berusaha menjaga ketersediaan kamar yang di inginkan oleh kepada tamu SIP *member*. Nilai validitas terendah terdapat pada item pertanyaan pada dimensi *dealing well with problrn and requeiresse* sebesar 0,579. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan staf *frontliner* di hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali, sehingga hanya terfokus kepada pelayanan utama yang dilakukan oleh karena itu untuk membantu tamu yang merasa kesulitan pihak hotel belum bisa maksimal.

Dalam uji validitas Y yaitu *customer delight*, keseluruhan pertanyaan dinyatakan valid. Dengan tingkat validitas tertinggi terdapat pada butir pertanyaan nomor 3 pada dimensi *unexpectedly high level of performance* yaitu sebesar 0,829. Hal tersebut dikarenakan, pihak hotel selalu berusaha memberikan pelayanan yang berbeda kepada SIP *members* setiap kedatangannya. Nilai validitas terendah terdapat pada dimensi *arousal* sebesar 0,562. Hal tersebut

dikarenakan hubungan tamu SIP member dan karyawan hotel sudah sangat terjaga kedekatannya. Sehingga ketika dilayani lebih spesial oleh pihak hotel, tamu SIP *member* sudah merasa terbiasa.

Ada tiga item pertanyaan pada variabel *service excellence* yang tidak valid. Dua item pertanyaan pada dimensi *delivering the promise* dan satu pertanyaan pada dimensi *going an extra mile*. Ketiga item tersebut memiliki nilai validitas *t* hitung <0,553, maka tiga item pertanyaan tersebut tidak diikutsertakan dalam penelitian ini. Sedangkan pada variabel *customer delight* semua item pertanyaan dikatakan valid karena *t* hitung melebihi *t* tabel 0,553.

3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Pengujian reliabilitas menunjukkan pengertian bahwa suatu instrumen memiliki akurasi nilai untuk dapat dipercaya, dan digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dapat dipercaya (*reliabel*) akan menghasilkan data yang tentu dapat dipercaya.

Adapun pengertian reliabel menurut Cooper and Schindler (2011:283) “*Reliability is concerned with estimates of the degree to which a measurement is free of random or unstable error*”. Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama.

Sedangkan Malhotra, (2009:309)) menyatakan bahwa “Realibilitas adalah sejauh mana skala mampu menciptakan hasil yang konsisten jika pengukuran berulang dilakukan terhadap karakteristik tertentu”. Pada penelitian ini reliabilitas dicari dengan menggunakan rumus *alpha* atau *cronbach’s alpha* (α) dikarenakan instrumen pertanyaan kuesioner yang dipakai merupakan rentangan antara beerapa nilai dalam hal ini menggunakan skala likert 1 sampai dengan 5. Rumus *alpha* atau *Cronbach’s alpha* (α) sebagai berikut

$$r^{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

(Husein Umar, 2008:125 dan Suharsimi Arikunto, 2008:171)

Keterangan:

r^{11} = Realibilitas instrumen

k = Banyak butir pertanyaan

σ_t^2 = Varians total

$\Sigma\sigma_b^2$ = Jumlah varians butir tiap pernyataan

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

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

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

σ = Nilai Varians

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

Keputusan uji realibilitas ditentukan dengan ketentuan sbagai berikut:

1. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka item pertanyaandikatakan reliabel, maka variabel yang diuji keduanya cukupreliabel. Pengujian realibilitas instrumen dilakukan terhadap 15 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk) $n-2$ ($15-2=13$) dengan menggunakan program aplikasi IBM SPSS *Statistics* 20. Diketahui bahwa semua variabel reliabel, hal ini dikarenakan $C\sigma$ masing-

masing variabel lebih besar dibandingkan dengan koefisien *alpha cornbach* yang bernilai 0,700. Berikut tabel uji realibilitras instrument penelitian:

TABEL 3.6
HASIL UJI REALIBILITAS INSTRUMEN PENELITIAN

No	Variabel	C σ _{hitung}	C σ _{tabel}	Keterangan
1	<i>Service Excellence</i>	0,841	0,700	Reliabel
2	<i>Customer Delight</i>	0,817	0,700	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2014

Berdasarkan Tabel 3.6 yang memiliki nilai tertinggi adalah *service excellence* dengan nilai $C\alpha$ hitung sebesar 0,841, sedangkan variabel *customer delight* memiliki nilai $C\alpha$ hitung sebesar 0,817.

3.2.7 Rancangan Analisis Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis analisis deskriptif khususnya bagi variabel yang bersifat kualitatif dan analisis kuantitatif berupa hipotesis dengan statistik. Analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab sedangkan analisis kuantitatif lebih menitikberatkan dalam pengungkapan perilaku variabel penelitian.

Analisis deskriptif yaitu menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul yang berasal dari jawaban responden atas item-item dalam kuesioner. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert (Likert's Summated Ratings)*. Menurut Sedarmayanti dan Hidayat (2011:95) skala likert digunakan untuk mengukur dimensi sikap yang terdiri dari *cognitive domain* (tahu atau tidak tahu), *affective domain* (perasaan), dan *conative domain* (tingkah laku). Sedangkan menurut Sugiyono (2013:93), "Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial".

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket/kuesioner. Kuesioner ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian, yakni memberikan penilaian mengenai analisis sejauh mana pengaruh strategi *service excellence* terhadap penciptaan *customer delight* di Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali.

3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain :

1. Analisis data deskriptif tentang *service excellence* yang terdiri dari *delivering the promise, providing a personal touch, going an extra mile, dealing well with problems and queries.*
2. Analisis data deskriptif tentang *customer delight* yang terdiri atas *unexpectedly high level of performance, arousal, positive affect*

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

1. Menyusun data

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

2. Memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul

3. Tabulasi data

- a. Memberikan skor pada setiap item
- b. Menjumlahkan skor pada setiap item
- c. Mengubah jenis data
- d. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian

4. Menganalisis data

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

5. Pengujian

Proses pengujian hipotesis pada penelitian ini adalah metode verifikatif, maka analisis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana.

3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif

Analisis data verifikasi dilakukan setelah semua data dari seluruh responden terkumpul. Penelitian ini menggunakan data ordinal yang telah ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan MSI.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah analisis korelasi dan regresi linear sederhana yaitu didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Dalam penelitian ini, analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (X) yaitu *service excellence* terhadap variabel dependen (Y) *customer delight*.

Selain itu kegunaan uji linear sederhana adalah untuk meramalkan atau memprediksi variabel terikat (Y) bila variabel bebas (X) diketahui. Untuk bisa membuat ramalan melalui regresi, maka data setiap variabel harus tersedia sehingga dapat menemukan persamaan melalui penghitungan. Dalam penelitian ini persamaan regresi sederhana ialah:

$$Y = a + bX$$

Sumber: Sugiyono (2010:270)

Keterangan :

- Y = Subjek atau nilai dalam variabel dependen yang diprediksikan.
- a = Nilai konstanta harga Y bila X=0
- b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel independen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan.
- X = variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu untuk diprediksikan

Teknik analisis regresi linear sederhana dilakukan dengan prosedur kerja sebagai berikut:

1. Uji Asumsi Regresi

Penggunaan metode analisis regresi linear sederhana memerlukan asumsi klasik yang secara statistik harus dipenuhi. Asumsi klasik tersebut meliputi:

- a. Uji Asumsi Normalitas

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

b. Uji Asumsi Heteroskedastitas

Uji heteroskedastitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastitas. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastitas apabila diagram pancar residualnya tidak membentuk pola tertentu

2. Untuk mengetahui kuat rendahnya hubungan pengaruh, maka menurut Sugiyono (2013:184) dapat digunakan pedoman seperti pada Tabel 3.4 berikut:

TABEL 3.4
PEDOMEN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI
KOEFISIEN KORELASI

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2013:184)

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah kuadrat koefisien korelasi, dinyatakan dalam persen sehingga harus dikalikan 100%. Koefisien determinasi ini digunakan untuk

mengetahui persentase pengaruh yang terjadi dari variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan sumbu $0 < r^2 < 1$ menggunakan rumus:

$$KP = (r_{yx})^2 \times 100\% \quad \text{Sumber: Riduwan (2009:218)}$$

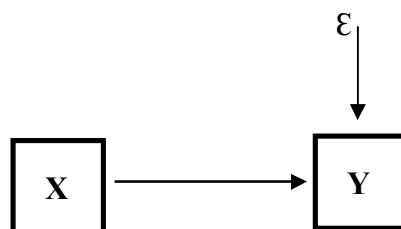
Keterangan:

KP : Nilai koefisien determinasi

r : Nilai koefisien korelasi

3.2.7.3 Pengujian Hipotesis

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana yang meramalkan bagaimana individu dalam variabel dependen ditetapkan. Berdasarkan hipotesis konseptual yang diajukan yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara *service excellence* (X) terhadap *customer delight* (Y), maka terlebih dahulu hipotesis konseptual tersebut digambarkan dalam sebuah paradigm seperti pada Gambar 3.1 berikut:



GAMBAR 3.1
STRUKTUR KAUSAL ANTARA X DAN Y

Keterangan : X = *Service Excellence*

Y = *Customer Delight*

ε = Epsilon (variabel lain yang tidak diteliti)

Untuk menguji keberartian koefisien arah regresi dilakukan dengan menggunakan rumus berikut ini:

$$F = \frac{S^2_{\text{reg}}}{S^2_{\text{sis}}}$$

Sumber: Sudjana, 2003:18

Sebagai langkah terakhir dari analisis data ialah pengujian hipotesis untuk menguji signifikansi koefisien korelasi antara variabel X dan Y yang dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} yaitu dengan menggunakan rumus distribusi *student*. Rumus distribusi *student* ialah:

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad \text{Sumber: Sugiyono (2010:250)}$$

Keterangan:

t : t hitung yang selanjutnya dikonsultasikan dengan t tabel

r : Koefisien korelasi

n : Jumlah responden

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

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

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima H_1 ditolak

Hipotesis yang akan diuji yaitu *customer delight* (Y) melalui *service excellence* (X) dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan, hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

H_0 : $\rho = 0$, Tidak terdapat pengaruh yang positif antara *service excellence* terhadap *customer delight*

H_0 : $\rho > 0$, Terdapat pengaruh yang positif antara *service excellence* terhadap *customer delight*