

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian mengenai loyalitas tamu bisnis Hotel Savoy Homann melalui kualitas pelayanan ini menggunakan pendekatan manajemen pemasaran khususnya mengenai pemasaran jasa dan Kualitas Pelayanan (X) sebagai variabel bebas (*independent variable*), kemudian objek penelitian yang menjadi variabel terikat (*dependent variable*) adalah Loyalitas Tamu Bisnis (Y).

Variabel bebas (*independent variable*) adalah Kualitas Pelayanan (X) yang memiliki lima (5) indikator diantaranya *Tangibles* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiveness* (X3), *Assurance* (X4), dan *Emphaty* (X5). Sedangkan yang menjadi variabel terikat (*dependent variable*) adalah Loyalitas Tamu Bisnis (Y) yang memiliki 4 indikator diantaranya *word of mouth promotion*, *future repurchase intentions*, *price sensitivity*, dan *complaint behaviour*.

Pada penelitian ini, objek yang dijadikan responden adalah tamu bisnis yang menggunakan produk *meeting package* di Hotel Savoy Homann. Berdasarkan objek penelitian tersebut, dianalisis mengenai Loyalitas Tamu Bisnis Hotel Savoy Homann Melalui Kualitas Pelayanan.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metodologi yang Digunakan

Menurut Sugiyono (2008:2), "Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu". Berdasarkan penjelasan dan bidang penelitian, maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Dimana dalam penelitian ini akan diuji apakah *service quality* berpengaruh terhadap loyalitas tamu bisnis Hotel Savoy Homann.

Menurut pendapat Sugiyono (2008:35), "Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan

Riyadi Kusnandar, 2013

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Tamu Bisnis Yang Menggunakan Meeting Package Di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung (Survei Pada Tamu Bisnis yang Menggunakan Meeting Package di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

dan/atau mencari hubungan variabel satu sama lain”. Melalui penelitian deskriptif, maka dapat diperoleh deskripsi gambaran mengenai kualitas pelayanan di Hotel Savoy Homann serta gambaran mengenai loyalitas tamu *bisnis* di Hotel Savoy Homann.

Menurut Sugiyono (2008:36), penelitian verifikatif adalah “Penelitian yang membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda, atau pada waktu yang berbeda”. Berdasarkan pada pengertian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kebenaran fenomena yaitu kepengaruh variabel bebas atau variabel eksogen yaitu kualitas pelayanan dengan variabel terikat atau variabel endogen yaitu loyalitas.

Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey explanatory*. Menurut Kerlinger dalam Sugiyono (2008:11), bahwa yang dimaksud dengan metode *survey* adalah metode *survey* adalah metode yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, *test*, wawancara, terstruktur dan sebagainya.

Penelitian ini dilakukan pada kurun waktu tertentu, maka metode yang digunakan adalah *cross section method* (Umar, 2004:43) adalah metode penelitian dengan cara mempelajari objek, dalam kurun waktu tertentu tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang. Pada penelitian dengan pembelian metode ini, informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung ditempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Asep Hermawan (2006:118) mendefinisikan bahwa operasionalisasi variabel adalah bagaimana caranya kita mengukur variabel suatu penelitian agar dapat membedakan konsep teoritis dengan konsep analisis, maka perlu adanya

Riyadi Kusnandar, 2013

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Tamu Bisnis Yang Menggunakan Meeting Package Di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung (Survei Pada Tamu Bisnis yang Menggunakan Meeting Package di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

penjabaran konsep melalui operasionalisasi variabel. Variabel yang diteliti adalah pengaruh kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty*. terhadap loyalitas (Y) yang terdiri dari *word of mouth promotion*, *future repurchase intentions*, *price sensitivity*, dan *complaint behaviour*.

Penelitian ini menggunakan skala *Ordinal* dikarenakan data yang ada pada penelitian ini merupakan data ordinal. Secara lebih rinci operasionalisasi masing-masing variabel itu yang disajikan dalam Tabel 3.1.

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL PENELITIAN

variabel	subvariabel	konsep	indikator	ukuran	skala	No item
Kualitas Pelayanan (X)		Seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima/peroleh . Parasuraman dalam Lovelock (2011:406)				
	Tangible (X1)	Meliputi penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan materi komunikasi. Zeithaml et.al dalam Lovelock (2011:407)	kemenarikan ruangan <i>meeting</i>	Tingkat kemenarikan ruangan <i>meeting</i>	Ordinal	A 1
			kenyamanan ruangan <i>meeting</i>	Tingkat kenyamanan ruangan <i>meeting</i>	Ordinal	A 2
			kerapihan pakaian karyawan	Tingkat kerapihan pakaian karyawan	Ordinal	A 3
			kemenarikan bangunan hotel	Tingkat kemenarikan bangunan hotel	Ordinal	A 4
			kebersihan hotel	Tingkat kebersihan hotel	Ordinal	A 5
Reliability (X2)	kemampuan untuk melaksanakan	kesesuaian karyawan dalam	Tingkat kesesuaian karyawan dalam	Ordinal	B 6	

Riyadi Kusnandar, 2013

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Tamu Bisnis Yang Menggunakan Meeting Package Di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung (Survei Pada Tamu Bisnis yang Menggunakan Meeting Package di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

		jasa yang dijanjikan dan akurat. Zeithaml et.al dalam Lovelock (2011:407)	memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan	memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan		
			kesesuaian informasi <i>meeting package</i>	Tingkat kesesuaian informasi <i>meeting package</i>	Ordinal	B 7
	Responsiveness (X3)	kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat. Zeithaml et.al dalam Lovelock (2011:407)	kecepatan karyawan dalam memenuhi kebutuhan tamu di ruang <i>meeting</i>	Tingkat kecepatan karyawan dalam memenuhi kebutuhan tamu bisnis di ruang <i>meeting</i>	Ordinal	C 8
			kecepatan karyawan hotel dalam memberikan pelayanan	Tingkat kecepatan karyawan hotel dalam memberikan pelayanan	Ordinal	C 9
			kesigapan karyawan dalam menangani keluhan tamu	Tingkat kesigapan karyawan dalam menangani keluhan tamu	Ordinal	C 10
	Assurance (X4)	Kemampuan karyawan atas: pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramahan, perhatian dan kesopanan dalam memberi pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi,	pengetahuan karyawan tentang produk <i>meeting package</i>	Tingkat pengetahuan karyawan tentang produk <i>meeting package</i>	Ordinal	D 11
			kejelasan dalam menyampaikan informasi	Tingkat kejelasan dalam menyampaikan informasi	Ordinal	D 12
			keramahan karyawan dalam berkomunikasi	Tingkat keramahan karyawan dalam berkomunikasi	Ordinal	D 13
			kesopanan karyawan terhadap tamu	Tingkat kesopanan karyawan terhadap tamu	Ordinal	D 14
			keamanan dari segala resiko yang terjadi di hotel	Tingkat keamanan dari segala resiko yang terjadi di	Ordinal	D 15

Riyadi Kusnandar, 2013

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Tamu Bisnis Yang Menggunakan Meeting Package Di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung (Survei Pada Tamu Bisnis yang Menggunakan Meeting Package di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

		kemampuan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Zeithaml et.al dalam Lovelock (2011:407)		hotel		
	Empathy (X5)	Perhatian secara individual diberikan perusahaan pada pelanggan seperti kemudahan meng-hubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggannya. Zeithaml et.al dalam	perhatian karyawan dalam menanggapi keluhan	Tingkat perhatian karyawan dalam menanggapi keluhan	Ordinal	E 16
pemahaman karyawan dalam menerima keluhan			Tingkat pemahaman karyawan dalam menerima keluhan	Ordinal	E 17	
kemudahan dalam berkomunikasi dengan tamu			Tingkat kemudahan dalam berkomunikasi dengan tamu	Ordinal	E 18	

Riyadi Kusnandar, 2013

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Tamu Bisnis Yang Menggunakan Meeting Package Di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung (Survei Pada Tamu Bisnis yang Menggunakan Meeting Package di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Loyalitas (Y)		<i>Loyalty is two of the fundamental attitudes a customer most hold towards an organization in order to be considered loyal are those of trust and commitment (Morgan et.al dalam Jurnal Carmen Tideswell 2005)</i>	<i>Word of Mouth Promotion</i>	Tingkat keinginan tamu bisnis dalam mengatakan hal yang baik kepada tamu bisnis lain	Ordinal	I
				Tingkat keinginan tamu bisnis dalam merekomendasikan hotel kepada tamu bisnis lain	Ordinal	II
			<i>Future Repurchase Intentions</i>	Tingkat keinginan tamu bisnis melakukan pembelian ulang produk <i>meeting package</i>	Ordinal	III
			<i>Price Sensitivity</i>	Tingkat kesetiaan tamu bisnis jika terjadi perubahan harga terhadap hotel	Ordinal	IV
				Tingkat kesetiaan tamu bisnis jika hotel pesaing merubah harga lebih rendah	Ordinal	V
			<i>Complaint Behaviour</i>	Tingkat kemudahan penyampaian <i>Complaint</i> tamu bisnis kepada pihak hotel	Ordinal	VI
				Tingkat dalam menangani <i>complaint</i> tamu bisnis	Ordinal	VII

Riyadi Kusnandar, 2013

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Tamu Bisnis Yang Menggunakan Meeting Package Di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung (Survei Pada Tamu Bisnis yang Menggunakan Meeting Package di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Sumber: Hasil pengolahan data

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Ulber Silalahi (2010:280) mengemukakan bahwa data merupakan bahan penting yang digunakan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan atau menguji hipotesis dan mencapai tujuan penelitian.

Agus Salim (2008), data dapat dibedakan menjadi data primer dan data sekunder.

1. Data primer adalah data-data yang diperoleh secara langsung dalam kegiatan penelitian lapangan. Data primer dapat berbentuk isian kuesioner atau langsung dari responden berdasarkan masalah yang sedang dikaji.
2. Data sekunder adalah data-data yang diperoleh secara tidak langsung dalam kegiatan penelitian. Data sekunder dapat diperoleh dari sensus, laporan data, dan statistik yang berasal dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

Berdasarkan data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti menuliskannya dalam Tabel 3.2 berikut ini :

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Jenis Data	Jenis Data	Sumber Data	Digunakan Untuk		
				T-1	T-2	T-3
1.	Profil perusahaan, Struktur Organisasi	Sekunder	Hotel Savoy Homann	-	-	-
2.	Operasi kegiatan perusahaan	Sekunder	Hotel Savoy Homann	-	-	-
3.	Karakteristik responden	Primer	Konsumen	√	√	√
4	Tanggapan Konsumen terhadap <i>service quality</i>	Primer	Konsumen	√		√

Riyadi Kusnandar, 2013

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Tamu Bisnis Yang Menggunakan Meeting Package Di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung (Survei Pada Tamu Bisnis yang Menggunakan Meeting Package di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

5.	Tanggapan Konsumen terhadap loyalitas konsumen	Primer	Konsumen		√	√
----	--	--------	----------	--	---	---

Sumber : Data Primer, Diolah Kembali

Keterangan :

T-1 : Untuk mengetahui tanggapan mengenai kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty*.

T-2 : Untuk mengetahui tanggapan terhadap loyalitas.

T-3 : Untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty* terhadap loyalitas.

3.2.4 Populasi

Populasi berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa, atau benda yang menjadi pusat perhatian peneliti untuk diteliti (Asep Hermawan, 2006: 143).

Definisi populasi juga diungkapkan oleh Sugiyono (2008:72) yaitu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang mempunyai program kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Populasi bukan hanya sekedar orang, tetapi juga benda-benda alam yang lainnya. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau objek itu, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki objek atau subjek itu. Pada langkah awal seseorang peneliti harus menentukan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya yang disebut dengan populasi sasaran, yaitu populasi yang nantinya akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Menurut etika penelitian, kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran yang telah ditentukan.

Berdasarkan pengertian populasi tersebut maka populasi pada penelitian ini diambil dari jumlah tamu bisnis yang melakukan kegiatan bisnis lebih dari 1 kali di Hotel Savoy Homann, dapat dilihat pada Tabel 3.3 sebagai berikut:

Riyadi Kusnandar, 2013

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Tamu Bisnis Yang Menggunakan Meeting Package Di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung (Survei Pada Tamu Bisnis yang Menggunakan Meeting Package di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

TABEL 3.3
TAMU BISNIS HOTEL SAVOY HOMANN BANDUNG
TAHUN 2011

No.	NAMA PERUSAHAAN	No.	NAMA PERUSAHAAN
1.	Kemenhut Biro Keuangan	26.	PUSGENKES
2.	Kemen PU BP Konstruksi	27.	CV. Vidya Jaya
3.	Beprof Multidaya	28.	Niaga Muslim
4.	BNI Securities	29.	Kemen Kelautan & PSDKP
5.	Kemendiknas PTK Dikmen	30.	Kemen Kelautan
6.	Binamitra Salabil	31.	RSHS Bag Bedah
7.	Lusaga Training & Consulting	32.	Dikti IDB Project
8.	Corroison Care Indonesia	33.	LKPB
9.	Pelindo II Pusat	34.	BRI
10.	BPKP OPN	35.	Bank Indonesia
11.	Kemenkes RI Dirjen	36.	Pertamina Perkapalan
12.	Bappenas	37.	TRANS TV
13.	Kemenkes Dokter Keluarga	38.	Kementrian PU
14.	Arsip Nasional	39.	Car Life Insurance
15.	Bea Cukai	40.	Bank Mandiri
16.	Kebon Agung Malang	41.	Direktorat Metrologi
17.	Kemendagri Dirjen Bina Bangda	42.	PT. Kembar Abadi Prima

Riyadi Kusnandar, 2013

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Tamu Bisnis Yang Menggunakan Meeting Package Di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung (Survei Pada Tamu Bisnis yang Menggunakan Meeting Package di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

18.	Kemenpora	43.	DPRD Kota Bandung
19.	LKPP	44.	Bank Danamon
20.	Yamaha	45.	Bank Jabar Banten
21.	Tribun Jabar	46.	Global Convex Indonesia
22.	BPN Migas	47.	Charles Kendal Consult
23.	PBVSJ Jabar	48.	TRANS 7
24.	Kementerian Lingkungan Hidup	49.	Direktorat Jendral Pajak
25.	Huawei	50.	Kementerian Hukum & HAM

Sumber : Hotel Savoy Homann

Berdasarkan Tabel 3.3, jumlah populasi yang melakukan kegiatan bisnis lebih dari 1 kali di Hotel Savoy Homann dalam kurun waktu 1 tahun berjumlah 50 tamu bisnis. Populasi yang dipakai pada penelitian ini adalah Tamu Bisnis yang melakukan kegiatan bisnis, terdiri dari perusahaan swasta, lembaga pemerintah dan BUMN. Jumlah populasi yang didapatkan oleh Hotel Savoy Homann tidak terlalu banyak, maka seluruh populasi tersebut memungkinkan untuk dijadikan sampel sebanyak 50 perusahaan, sehingga pada penelitian ini menggunakan teknik *Sampling* Jenuh.

Menurut Sugiyono (2008:122-123) "*Sampling* Jenuh adalah "Teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel". Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan proses pengadaan data untuk keperluan penelitian, dimana data yang terkumpul adalah untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Menurut Sugiyono (2010:37) menjelaskan bahwa terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian, yaitu, kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data. Kualitas instrumen penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas instrumen dan kualitas pengumpulan

Riyadi Kusnandar, 2013

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Tamu Bisnis Yang Menggunakan Meeting Package Di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung (Survei Pada Tamu Bisnis yang Menggunakan Meeting Package di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

data berkenaan dengan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah:

1. Angket atau Kuesioner

Menurut Sugiyono (2010:142) kuisisioner atau angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan penulis kepada responden untuk dijawabnya.

2. Studi Literatur

Teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, majalah ilmiah guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian.

3. Observasi

Observasi dilakukan dengan meninjau serta melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu tamu bisnis yang menggunakan produk *meeting package* yang terdiri dari perusahaan-perusahaan yang menginap di Hotel Savoy Homann.

3.2.6 Validitas serta Reliabilitas

Pada suatu penelitian, data merupakan hal yang paling penting hal tersebut disebabkan karena data merupakan gambaran dari variabel yang diteliti serta berfungsi membentuk hipotesis. Oleh karena itu benar tidaknya data akan sangat menentukan mutu hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliabel. Penelitian ini menggunakan data ordinal. Oleh karena itu, semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *method of successive interval* (MSI). Pengujian validitas dan realibitas pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 18 for windows.

3.2.6.1 Validitas

Menurut Suharsimi (2008:168) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan dari suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah

Riyadi Kusnandar, 2013

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Tamu Bisnis Yang Menggunakan Meeting Package Di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung (Survei Pada Tamu Bisnis yang Menggunakan Meeting Package di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang memiliki validitas rendah.

Setelah data diubah menjadi data interval, maka dapat dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas. Teknik perhitungan yang digunakan untuk menganalisa validitas ini adalah teknik korelasional biasa, yaitu korelasi antara skor-skor yang divalidasikan dengan skor tolak ukurnya dari responden yang sama.

Menurut Husein Umar (2008:110) langkah-langkah yang dilakukan untuk menguji validitas:

1. Mendefinisikan secara operasional suatu yang konsep yang akan diukur.
2. Melakukan uji coba pengukur tersebut pada sejumlah responden.
3. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
4. Menghitung nilai korelasi antara data pada masing-masing pernyataan dengan skor total memakai rumus teknik korelasi *product moment*, yang rumusnya seperti berikut :

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X^2) - (\sum X)^2\} \{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

(Sumber: Suharsimi Arikunto 2008:274)

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
 n = Banyaknya responden

Riyadi Kusnandar, 2013

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Tamu Bisnis Yang Menggunakan Meeting Package Di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung (Survei Pada Tamu Bisnis yang Menggunakan Meeting Package di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

dimana : r = Indeks korelasi antara dua variabel yang dikorelasikan.

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

TABEL 3.4
INTERPRETASI BESARNYA KOEFISIEN KORELASI

Besarnya Nilai	Interpretasi
Antara 0,800 sampai dengan 1,00	Tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,800	Cukup
Antara 0,400 sampai dengan 0,600	Agak rendah
Antara 0,200 sampai dengan 0,400	Rendah
Antara 0,000 sampai dengan 0,200	Sangat rendah

Sumber: Suharsimi Arikunto (2006: 276)

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 $r_{hitung} > r_{tabel}$, maupun nilai probabilitas statistik $< (level\ of\ significant\ 5\% = 0,05)$ maka instrumen dikatakan valid
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maupun nilai probabilitas statistik $> (level\ of\ significant\ 5\% = 0,05)$ maka instrumen dikatakan tidak valid.

Pengujian validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 18 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} . Agar memperoleh nilai yang signifikan, maka r_{hitung} harus lebih besar dari r_{tabel} (dilihat dari tabel *r product moment* dengan taraf signifikansi 5% dan derajat kebebasan $n-2$, di mana $n-2$ merupakan jumlah responden).

Riyadi Kusnandar, 2013

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Tamu Bisnis Yang Menggunakan Meeting Package Di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung (Survei Pada Tamu Bisnis yang Menggunakan Meeting Package di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

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

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

Nilai t dibandingkan dengan rumus harga t_{tabel} dengan $dk=n-2$, dan taraf signifikansi $\alpha=0,05$. Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka data tersebut valid.

TABEL 3.5
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS INSTRUMEN KUALITAS PELAYANAN
DAN LOYALITAS PELANGGAN

Kualitas Pelayanan (X)				
<i>Tangible (X1)</i>				
No.	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
1	kemenarikan ruangan <i>meeting</i>	0,481	0,374	Valid
2	kenyamanan ruangan <i>meeting</i>	0,581	0,374	Valid
3	kerapihan pakaian karyawan	0,579	0,374	Valid
4	kemenarikan bangunan hotel	0,440	0,374	Valid
5	kebersihan hotel	0,380	0,374	Valid
<i>Reliability (X2)</i>				
6	kesesuaian karyawan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan	0,596	0,374	Valid
7	kesesuaian informasi <i>meeting package</i>	0,655	0,374	Valid
<i>Responsiveness (X3)</i>				
8	kecepatan karyawan dalam memenuhii kebutuhan tamu di ruang <i>meeting</i>	0,481	0,374	Valid
9	kecepatan karyawan hotel dalam memberikan pelayanan	0,581	0,374	
10	kesigapan karyawan dalam menangani keluhan tamu	0,498	0,374	Valid
<i>Assurance (X4)</i>				
11	pengetahuan karyawan tentang produk <i>meeting package</i>	0,446	0,374	Valid
12	kejelasan dalam menyampaikan informasi	0,492	0,374	Valid
13	keramahan karyawan dalam berkomunikasi	0,475	0,374	Valid
14	kesopanan karyawan terhadap tamu	0,522	0,374	Valid
15	keamanan dari segala resiko yang terjadi di hotel	0,471	0,374	Valid
<i>Empathy (X5)</i>				
16	perhatian karyawan dalam menanggapi keluhan	0,476	0,374	Valid
17	pemahaman karyawan dalam menerima keluhan	0,647	0,374	Valid
18	kemudahan dalam berkomunikasi dengan tamu	0,466	0,374	Valid

Riyadi Kusnandar, 2013

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Tamu Bisnis Yang Menggunakan Meeting Package Di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung (Survei Pada Tamu Bisnis yang Menggunakan Meeting Package di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Loyalitas Pelanggan (Y)				
Word Of Mouth Promotion				
No	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
19	Tingkat keinginan tamu bisnis dalam mengatakan hal yang baik kepada tamu bisnis lain	0,855	0,374	Valid
20	Tingkat keinginan tamu bisnis dalam merekomendasikan hotel kepada tamu bisnis lain	0,669	0,374	Valid
Future Repurchase Intentions				
21	Tingkat keinginan tamu bisnis melakukan pembelian ulang produk <i>meeting package</i>	0,763	0,374	Valid
Price Sensitivity				
22	Tingkat kesetiaan tamu bisnis jika terjadi perubahan harga terhadap hotel	0,599	0,374	Valid
23	Tingkat kesetiaan tamu bisnis jika hotel pesaing merubah harga lebih rendah	0,690	0,374	Valid
Complaint Behaviour				
24	Tingkat kemudahan penyampaian <i>Complaint</i> tamu bisnis kepada pihak hotel	0,857	0,374	Valid
25	Tingkat dalam menangani <i>complaint</i> tamu bisnis	0,763	0,374	Valid

Sumber: Pengolahan Data 2012

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 3.5, maka dapat disimpulkan bahwa pertanyaan yang terdiri dari 28 item, dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

3.2.6.2 Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2008:184), 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:

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

(Arikunto, 2002:171)

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

Riyadi Kusnandar, 2013

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Tamu Bisnis Yang Menggunakan Meeting Package Di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung (Survei Pada Tamu Bisnis yang Menggunakan Meeting Package di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

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:

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \left[\frac{\sum x^2}{n} \right]}{n}$$

Sumber: Suharsimi Arikunto (2006:184)

Keterangan:

σ_1^2 = varians total

$\sum X$ = jumlah skor

n = jumlah responden

Keputusan pengujian reliabilitas item instrumen, adalah sebagai berikut:

1. item pertanyaan yang telah diteliti dikatakan valid jika $r_{Hitung} \geq r_{Tabel}$.
2. item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika $t_{Hitung} < t_{Tabel}$.

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 18.0 for window. Hasil perhitungan reliabilitas instrumen penelitian memperhatikan bahwa semua butir pertanyaan valid karena skor $r_{Hitung} > r_{Tabel}$.

TABEL 3.6
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS KUALITAS PELAYANAN DAN LOYALITAS PELANGGAN

No	Variabel	Alpha Cronbach	r_{tabel}	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	0,964	0,7	Reliabel
2	Loyalitas Pelanggan	0,828	0,7	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2012

Berdasarkan pada tabel 3.6 yaitu hasil pengujian reliabilitas maka dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan adalah reliabel. Jika koefisien

Riyadi Kusnandar, 2013

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Tamu Bisnis Yang Menggunakan Meeting Package Di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung (Survei Pada Tamu Bisnis yang Menggunakan Meeting Package di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

internal seluruh item $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan tingkat kesalahan 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.

3.3 Rancangan Analisis Data

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.

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket ini disusun oleh peneliti berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian. Dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh koresponden terkumpul. 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 presentase 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.
- b. Menjumlahkan skor pada setiap item.
- c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.

Riyadi Kusnandar, 2013

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Tamu Bisnis Yang Menggunakan Meeting Package Di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung (Survei Pada Tamu Bisnis yang Menggunakan Meeting Package di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

4. Menganalisis data dan menafsirkan hasil perhitungan berdasarkan angka-angka yang diperoleh dari perhitungan statistik.

3.3.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Pada penelitian ini digunakan dua jenis analisis yaitu analisis deskriptif khususnya bagi variabel yang bersifat kualitatif dan analisa kualitatif 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.

Dalam penelitian ini, analisis deskriptif yang digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian yaitu:

1. Analisis deskriptif tanggapan perusahaan-perusahaan di Hotel Savoy Homann mengenai analisis kualitas pelayanan.
2. Analisis deskriptif tanggapan perusahaan-perusahaan yang menginap di Hotel Savoy Homann mengenai analisis kualitas pelayanan terhadap loyalitas tamu bisnis di Hotel Savoy Homann

3.3.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif

Regresi *multiple* (berganda) merupakan teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini. Regresi *multiple* digunakan untuk melihat hubungan atau pengaruh fungsional ataupun kausal antara *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty* terhadap loyalitas tamu bisnis di Hotel Savoy Homann. Adapun langkah untuk analisis verifikatif sebagai berikut:

1. *Method of Successive Interval (MSI)*

Penelitian ini menggunakan data ordinal. Oleh karena itu, semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *method of successive interval* (Al Rasyid, 1994:131). Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung frekuensi (f) pada setiap jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.

Riyadi Kusnandar, 2013

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Tamu Bisnis Yang Menggunakan Meeting Package Di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung (Survei Pada Tamu Bisnis yang Menggunakan Meeting Package di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

- b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
- c. Berdasarkan proporsi tersebut, selanjutnya kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
- d. Menentukan nilai bebas Z untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
- e. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap jawaban, melalui persamaan berikut:

$$\text{Scale Value} = \frac{(\text{Density at Lower Limit}) - (\text{Density at Upper Limit})}{(\text{Are Bellow Upper Limit}) - (\text{Are Bellow Lower Limit})}$$
- f. Hitungan skor (nilai hasil transformasi) untuk setiap pilihan jawaban persamaan berikut:

$$\text{Score} = \text{Score Value} + 1 \text{ Scale Value}_{\text{minimum}} - 1 = 1$$
- g. Selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel bebas dengan variabel terikat serta akan dilakukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

2. Teknik Analisis Linier Regresi Berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda (*multiple linier regression*). Analisis regresi linier berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kasual antara dua variabel bebas atau lebih. Adapun untuk pengolahan data dilakukan bantuan program SPSS 18 *for windows*, yang menurut Suliyanto (2005:8) dilakukan sebagai berikut:

- a. Masukkan data dalam SPSS pada *data view*, dan pada *variabel view* dalam kolom label berilah nama masing-masing variabel.

Riyadi Kusnandar, 2013

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Tamu Bisnis Yang Menggunakan Meeting Package Di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung (Survei Pada Tamu Bisnis yang Menggunakan Meeting Package di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

- b. Klik *analyze, regression, linier*. Lalu pindahkan variabel Y sebagai bergantung ke kolom *dependent* serta variabel X1, X2, X3, X4 dan X5 sebagai variabel bebas ke kolom *independent*. Klik *method* pilih *enter*. Abaikan yang lain kemudian klik ok.

Sebelum mengolah data dengan menggunakan program SPSS 18 for windows. Peneliti harus menentukan terlebih dahulu teknik analisis yang digunakan. Teknik analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Menurut Hermawan (2005:220) regresi linier 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 metrik (interval atau rasio).

Analisis regresi digunakan bila penelitian bermaksud ingin mengetahui kondisi di waktu 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 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 kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty*. Sedangkan variabel dependen adalah loyalitas. Untuk bisa membuat ramalan melalui regresi, maka data setiap variabel harus tersedia.

Persamaan regresi berganda lima variabel bebas dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Riyadi Kusnandar, 2013

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Tamu Bisnis Yang Menggunakan Meeting Package Di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung (Survei Pada Tamu Bisnis yang Menggunakan Meeting Package di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Keterangan:

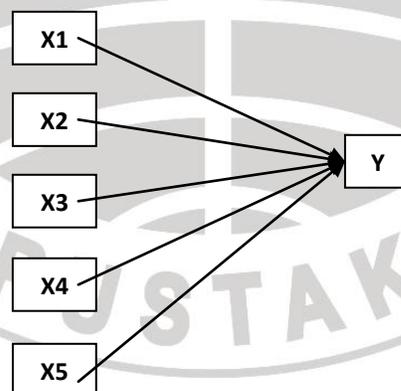
Y = Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan (loyalitas).

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, X5 = variabel penyebab (X1 = *Tangible*), (X2 = *Reliability*), (X3 = *Responsiveness*), (X4 = *Emphaty*) dan (X5 = *Assurance*)

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. Menerjemahkannya 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:

X1 = *Tangible*

Riyadi Kusnandar, 2013

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Tamu Bisnis Yang Menggunakan Meeting Package Di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung (Survei Pada Tamu Bisnis yang Menggunakan Meeting Package di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

X2 = *Reliability*
 X3 = *Responsiveness*
 X4 = *Empathy*
 X5 = *Assurance*
 Y = *Loyalitas*

3.4 Pengujian Hipotesis

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket kuesioner. Angket ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian. Adapun yang menjadi variabel bebas atau variabel X adalah kualitas pelayanan yang memiliki beberapa dimensi yaitu *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty*. Objek yang merupakan variabel terikat atau variabel Y adalah loyalitas sehingga penelitian ini akan diteliti pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap loyalitas (Y). Penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Langkah-langkah dalam kegiatan analisis data dalam penelitian ini yaitu:

1. Menyusun data

Kegiatan seleksi data ditujukan untuk memeriksa kelengkapan identitas responden, kelengkapan data serta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian.

2. Tabulasi data

- a. Memberi skor pada setiap item
- b. Menjumlahkan skor pada setiap item
- c. Menyusun ranking pada setiap variabel penelitian

3. Menganalisis data

Menganalisis data yaitu proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan.

4. Pengujian

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Berganda (analisis jalur). Analisis jalur digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh Variabel (X) kualitas pelayanan terhadap loyalitas (Y).

Riyadi Kusnandar, 2013

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Tamu Bisnis Yang Menggunakan Meeting Package Di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung (Survei Pada Tamu Bisnis yang Menggunakan Meeting Package di Savoy Homann Bidakara Hotel Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Langkah-langkah teknik analisis data di atas, dibantu dengan menggunakan program SPSS 18.0 *for windows* yaitu menguji pengaruh kualitas pelayanan (X), yang terdiri dari X1 = *Tangible*), (X2 = *Reliability*), (X3 = *Responsiveness*), (X4 = *Emphaty*) dan (X5 = *Assurance*) terhadap loyalitas (Y).

Berdasarkan tujuan dari penelitian ini, maka variabel yang dianalisis adalah variabel bebas (*independent*) yaitu kualitas pelayanan (X) sedangkan variabel terikat (*dependent*) yaitu loyalitas (Y). Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, Adapun yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan (X) terhadap loyalitas (Y). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda.

Data ini menggunakan skala ordinal, yaitu data yang merupakan data yang berjenjang atau berbentuk peringkat, tidak hanya menyatakan peringkat kategori tapi menyatakan peringkat kategori tersebut. selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dari semua sampel penelitian.

Struktur tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas. Selain itu terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara X (kualitas pelayanan) dan Y (loyalitas) yaitu variabel residu dan dilambangkan dengan ε , namun pada penelitian ini variabel tersebut tidak diperhatikan.

Hipotesis yang akan di uji dalam rangka penerimaan dan penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

$H_0 = 0$, Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas tamu bisnis di Hotel Savoy Homann.

$H_a \neq 0$, Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas tamu bisnis di Hotel Savoy Homann.